



universität
wien

MASTERARBEIT

Titel der Masterarbeit

„Die Marktdurchdringung digitaler Bücher in Österreich im
Vergleich zu anderen Ländern“

Verfasserin

Claudia Ecker, Bakk. rer. soc. oec.

angestrebter akademischer Grad

Master of Science (MSc)

Wien, im März 2015

Studienkennzahl lt. Studienblatt: A 066 915

Studienrichtung lt. Studienblatt: Masterstudium Betriebswirtschaft

Betreuerin: ao. Univ.-Prof. Dr. Christine Strauß

EIDESSTATTLICHE ERKLÄRUNG

Ich erkläre hiermit an Eides statt, dass ich die vorliegende Arbeit selbständig und ohne Benutzung anderer als den angegebenen Hilfsmitteln angefertigt habe. Das aus fremden Quellen direkt oder indirekt übernommene Gedankengut ist als solches kenntlich gemacht. Die Arbeit wurde bisher in gleicher oder ähnlicher Form keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegt und auch noch nicht veröffentlicht.

Claudia Ecker

Wien, im März 2015

VORWORT UND DANKSAGUNG

Im Rahmen der Lehrveranstaltung „Neuere Entwicklungen in eBusiness & eLogistics“ wurde ich durch meine Seminararbeit das erste Mal bewusst mit dem Thema „E-Books“ konfrontiert. Nachdem ich selbst sehr gerne lese, und mehrere Bücher pro Jahr „verschlinge“, ergriff ich die Möglichkeit, mich im Rahmen der Masterarbeit intensiver mit der Digitalisierung von Büchern und den damit einhergehenden Konsequenzen für den Buchhandel auseinanderzusetzen. Denn bis zu diesem Zeitpunkt hielt ich selbst am Lesen von klassischen Büchern fest, und lehnte E-Books grundsätzlich ab. Die Ausarbeitung der vorliegenden Arbeit hat mir gezeigt, welche Vor- und Nachteile digitale Bücher mit sich bringen, und ich werde deren Entwicklung am (vor allem österreichischen) Markt mit großem Interesse weiter verfolgen.

Dass ich mich intensiv mit dieser Ausarbeitung beschäftigen konnte, habe ich vor allem meiner Familie, insbesondere meinem Mann Christoph, zu verdanken, und ich möchte mich hiermit für die Unterstützung in der gesamten Studienzeit recht herzlich bedanken.

Außerdem gilt mein Dank meinem Supervisor Herrn Mag. Andreas Mladenow, Bakk., der mir sowohl im Rahmen der Seminararbeit, als auch bei der Ausarbeitung der Masterarbeit mit guten Ratschlägen zur Seite gestanden ist. Auch bei Frau ao. Univ.-Prof. Dr. Christine Strauß möchte ich mich für die Begleitung durch die gesamte KFK eBusiness besonders bedanken.

INHALTSVERZEICHNIS

Eidesstattliche Erklärung.....	II
Vorwort und Danksagung.....	III
Inhaltsverzeichnis.....	IV
Abbildungsverzeichnis.....	VIII
Abkürzungsverzeichnis	X
1. Einleitung	1
1.1 Zielsetzung.....	2
1.2 Gliederung der Arbeit.....	3
2. Grundlagen.....	3
2.1 Abgrenzung und Definition von E-Books	3
2.1.1 Die Abgrenzung zum klassischen Buch	3
2.1.2 Definition von E-Books	6
2.1.3 Die Eigenschaften elektronischer Bücher.....	6
2.1.3.1 Vorteile von E-Books.....	7
2.1.3.2 Nachteile von E-Books.....	8
2.2 Definition und technische Grundlagen von E-Book-Readern	10
2.2.1 Neueste Entwicklungen	11
2.2.2 Abgrenzung von E-Book-Readern.....	13
2.2.2.1 Tablet-PC	13
2.2.2.2 Smartphone.....	15

2.2.2.3	Phablet.....	16
2.3	Die Geschichte von E-Books und E-Book-Readern	16
2.4	E-Book-Formate.....	19
2.4.1	EPUB (electronic publication).....	20
2.4.2	PDF (portable document format)	20
2.4.3	MOBI (Mobipocket).....	21
2.5	DRM (Digital Rights Management)	21
2.6	Buchpreisbindung	23
2.7	Neue Aspekte des Lesens	24
2.7.1	Social Reading.....	24
2.7.2	Der gläserne Leser	26
3.	Marktdurchdringung von E-Books in den USA.....	27
3.1	Umsatzentwicklung auf dem amerikanischen Markt.....	28
3.1.1	Umsatzentwicklung im Jahr 2012	28
3.1.2	Umsatzentwicklung im Jahr 2013	30
3.1.3	Zukunftsprognosen	31
3.2	Der U.S.-amerikanische E-Book-Markt.....	32
3.2.1	Der U.S.-amerikanische E-Book-Leser.....	32
3.2.2	Lesegeräte.....	35
3.3	AMAZON.....	36
3.3.1	Amazons Aufstieg.....	37
3.3.2	Amazons Kindle	41
3.3.3	Amazons Preisstrategie bei E-Books	42
3.3.4	Aktuelle Entwicklungen.....	43

4.	Marktdurchdringung von E-Books in Europa	46
4.1	Der europäische E-Book-Markt.....	46
4.1.1	Umsatzentwicklungen im europäischen E-Book-Markt	46
4.1.2	Preisentwicklungen im europäischen E-Book-Markt	48
4.2	Der E-Book-Markt in Deutschland und Österreich.....	50
4.2.1	Fokus Leserschaft	50
4.2.1.1	Studie „Das Buch im Medienportfolio“	51
4.2.2	Deutschland.....	54
4.2.2.1	Studie des Börsenvereins zum Buchmarkt 2013	55
4.2.2.2	Studie zum E-Book-Markt in Deutschland 2013	57
4.2.3	Der Online-Buchhandel	68
4.2.3.1	Konzentration bei den Online-Buchhändlern	69
4.2.3.2	Amazon in Deutschland	70
4.2.3.3	Deutsche Buchhändler setzen sich zur Wehr	71
4.2.3.4	Weltbild	72
4.2.3.5	Thalia	75
4.2.4	Österreich	78
4.2.4.1	Internetnutzung und Online-Shopping in Österreich	78
4.2.4.2	Aktuelle Zahlen zum österreichischen Buchmarkt	79
4.2.4.3	Österreichischer E-Book Markt 2011	81
4.2.4.4	Österreichische Buchhändler, E-Books und die Konzentration bei Online- Buchhändlern	84
4.2.4.5	Österreichische Bibliotheken und E-Books	90
5.	Zusammenfassung und Fazit.....	92

Literatur- und Quellenverzeichnis.....	97
Anhang I: Abstract (Deutsch)	116
Anhang II: Abstract (Englisch).....	117
Anhang III: Lebenslauf Autor	118

ABBILDUNGSVERZEICHNIS

Abbildung 1: Umsatzentwicklung am amerikanischen Publikumsmarkt	31
Abbildung 2: Demographische Daten in Bezug auf das Buchformat	33
Abbildung 3: Prozentsatz der Leser von Printbüchern bzw. E-Books	34
Abbildung 4: Prozentueller Vergleich der Tablet- und E-Reader-Besitzer	35
Abbildung 5: Prozentueller Vergleich unterschiedlicher Lesegeräte von E-Book-Lesern.....	36
Abbildung 6: Weltweiter E-Book-Markt	47
Abbildung 7: Europäischer durchschnittlicher Preis für E-Books	49
Abbildung 8: Umsatz im deutschen Buchmarkt nach Vertriebskanal.....	57
Abbildung 9: Umsatzanteil von E-Books am Buchmarkt.....	58
Abbildung 10: E-Book-Käufer	59
Abbildung 11: Einstellung zum gedruckten Buch.....	60
Abbildung 12: Umsatzanteil von E-Books am Gesamtumsatz der Verlage	61
Abbildung 13: Titel der Verlage, die als E-Book vertrieben wurden.....	62
Abbildung 14: Risiken für den Verlag bzw. die Buchbranche	63
Abbildung 15: Schutzmaßnahmen gegen eine unautorisierte Weiterver- breitung	64
Abbildung 16: Umsatzanteil von E-Books am Gesamtumsatz der Buch- handlung.....	65
Abbildung 17: Barrieren für den Verkauf von E-Books bzw. E-Readern.....	66
Abbildung 18: Risiken für die Buchhandlung bzw. die Buchbranche	67
Abbildung 19: Gegenstrategien zum Umsatzrückgang.....	68

Ich habe mich bemüht, alle Rechteinhaber der hier angeführten Abbildungen ausfindig zu machen, und versucht, deren Zustimmung zur Verwendung der Bilder in dieser Arbeit einzuholen. Sollte dennoch eine Urheberrechtsverletzung bekannt werden, ersuche ich um Meldung bei mir.

ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS

AAP	Association of American Publishers
AK	Arbeiterkammer
ao.	außerordentlich
Aufl.	Auflage
AZW	Amazon Word
Bakk. rer. soc. oec.	Bakkalaureus/-a der Sozial- und Wirtschaftswissenschaften
BBeB	Broad Band eBook
BISG	Book Industry Study Group
bzw.	beziehungsweise
ca.	zirka
CD	Compact Disc
Co.	Compagnie
CO ₂	Kohlenstoffdioxid
DBH	Deutsche Buch Handels GesmbH & Co. KG
dpi	dots per inch
Dr.	Doktor
DRM	Digital Rights Management
DVD	Digital Versatile Disc
EPUB	Electronic Publication
EPD	Electronic Paper Display
et al.	et alii (und andere)
etc.	et cetera (und so weiter)
EU	Europäische Union
EUR	Euro
e.v.	eingetragener Verein
f. (Plural: ff.)	(und) der, die, das folgende
GB	Gigabyte
GfK	Gesellschaft für Konsumforschung
GmbH	Gesellschaft mit beschränkter Haftung
HD	High Definition
IDPF	International Publishing Forum
IFA	Internationale Funkausstellung

IKT	Informations- und Kommunikationstechnologien
Ing.	Ingenieur
iOS	iPhone Operating System
KFK	Kernfachkombination
KG	Kommanditgesellschaft
LCD	Liquid Crystal Display
mind.	mindestens
MOBI	Mobipocket
Mr.	Mister
MSc	Master of Science
MWC	Mobile World Congress
No.	Number
PC	Personal Computer
PDA	Personal Digital Assistant
PDF	Portable Document Format
PwC	PricewaterhouseCoopers
ROM	Read Only Memory
S.	Seite(n)
Sci-Fi	Science-Fiction
TOC	Tools of Change for Publishing Conference
u.a.	und andere
UK	United Kingdom
UNESCO	United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization
Univ.-Prof.	Universitätsprofessor/in
U.S. (US)	United States
USA	United States of America
USD	United States Dollar
Vgl.	Vergleich
Vol.	Volume
XML	Extensible Markup Language
zus.	zusammen

1. EINLEITUNG

Das Lesen von Büchern ist in unserem Alltag allgegenwärtig. Bereits im Kleinkindalter werden Bücher im Rahmen der Erziehung eingesetzt und aus vielen Menschen entwickeln sich regelrechte Leseratten, für die ein Leben ohne das Medium Buch nicht vorstellbar ist. Sie lieben es in einer Geschichte zu versinken, die Welt um sich herum zu vergessen und nur den Geruch ihres Buches und das Gefühl der Seiten in ihrer Hand wahrzunehmen.

In den letzten Jahren hat in der bis vor kurzem beständigen Welt der Bücher jedoch ein Umbruch stattgefunden. Mit dem Aufkommen elektronischer Bücher, sogenannten „E-Books“ findet eine Veränderung statt, der viele Menschen skeptisch gegenüberstehen bzw. die nicht von jedem willkommen geheißen wird, und schon für viel Unmut gesorgt hat. Die Vorstellung mit einem elektronischen Buch ein zumindest ähnliches Lesegefühl zu erreichen, wie man es mit einem klassischen Buch erfahren durfte, ist für viele undenkbar.

Auch die Autorin und Georg-Büchner-Preisträgerin des Jahres 2013, Sibylle Lewitscharoff, plädierte in ihrer Eröffnungsrede bei der Buchmesse „Buch Wien“ für das gedruckte Buch:

„Ein Buch in Händen halten, Seiten umblättern, es zuschlagen und wieder aufschlagen, das ist ein anderer Vorgang als einen Text elektronisch einzuspielen und mit den Augen zu verfolgen. Ganz einfach, weil der Körper beim konventionellen Lesen stärker beteiligt ist und das gedruckte Buch ein habhaftes Objekt ist.“¹

Doch der Trend hin zum digitalen Lesen scheint sich nicht aufhalten zu lassen. Waren elektronische Lesegeräte in Form von E-Readern oder Tablets vor einiger Zeit noch ein seltener Anblick, schleichen sie sich jetzt immer mehr in unseren Alltag ein und haben keinen Seltenheitswert mehr. Man findet sie anstatt der bis jetzt vertrauten Bücher vermehrt in der Öffentlichkeit, wie etwa in Warteräumen von Arztpraxen oder bei der Fahrt in öffentlichen Verkehrsmitteln.

¹ Vgl. Lewitscharoff [Zugriff am 14.01.2015]

Die aktuellen Entwicklungen am Buchmarkt stellen vor allem auch für viele Verlage und Buchhandlungen ein großes Risiko dar. Sie blicken in eine ungewisse Zukunft, und einige stellen sich die Frage, wie sie diesem aktuellen Trend begegnen sollen, und ob klassische Bücher bald der Vergangenheit angehören. Um auf diese Frage näher einzugehen und im Hinblick darauf, dass diese Arbeit im Zuge meines Betriebswirtschaftsstudiums verfasst wird, konzentriere ich mich im Folgenden vor allem auf die wirtschaftliche Darstellung der gegenwärtigen Lage am Buchmarkt.

1.1 ZIELSETZUNG

Das Ziel dieser Arbeit ist es, einen Einblick in den Status quo am Buchmarkt, insbesondere am elektronischen Buchmarkt zu geben. Die zu erfassende Thematik der E-Books ist sehr jung und unterliegt als solche kontinuierlich neuen technischen Entwicklungen, so dass die Ausarbeitung vor allem auf eine Ist-Analyse ausgerichtet ist. Dabei sollen folgende Fragen näher erläutert werden:

- Welche Vorteile bzw. welche Nachteile bringen elektronische Bücher mit sich?
- Wie sieht der aktuelle Stand der Entwicklungen am E-Book-Markt aus?
- Wie entwickelt sich der amerikanische E-Book-Markt?
- Wie entwickelt sich demgegenüber der europäische, insbesondere der deutschsprachige Markt?

Da es sich, wie eben erwähnt, vor allem um die jüngsten Entwicklungen in der Buchgeschichte handelt und die Ausarbeitung auf dem aktuellsten Stand dieser Entwicklungen basiert, wurden vorwiegend Internetquellen herangezogen. Zur Betrachtung dieser aktuellen Situation wurden außerdem verschiedene Studien erläutert, so dass es sich bei dieser Masterarbeit teilweise um eine Marktstudie handelt.

1.2 GLIEDERUNG DER ARBEIT

Die vorliegende Arbeit gliedert sich in fünf Kapitel. Zu Beginn wird durch das erste Kapitel „Einleitung“ in die Thematik eingeführt und das Ziel der Arbeit näher erläutert. Das zweite Kapitel behandelt die Grundlagen rund um das Thema „E-Books“. Dabei wird auf die Definition von digitalen Büchern und E-Readern, sowie auf deren Vor- und Nachteile näher eingegangen. Außerdem werden deren Geschichte, die digitale Rechteverwaltung und die Buchpreisbindung näher erläutert.

Im dritten Kapitel „Marktdurchdringung von E-Books in den USA“ werden die Umsatz- und Marktentwicklungen des nordamerikanischen E-Book-Marktes beschrieben, und über den rasanten Aufstieg des Online-Giganten *Amazon*, der maßgeblich mit der Verbreitung von E-Books in Zusammenhang gebracht werden kann, berichtet. Das vierte Kapitel „Marktdurchdringung von E-Books in Europa, insbesondere im deutschsprachigen Raum“ setzt sich mit der Umsatz- und Marktentwicklung des europäischen E-Book-Marktes auseinander. Dabei wird im Weiteren vor allem auf Deutschland und Österreich näher eingegangen. Den Abschluss der Arbeit bildet das fünfte Kapitel, das die wesentlichen Ergebnisse zusammenfasst und mit einem Fazit die Arbeit abrundet.

2. GRUNDLAGEN

2.1 ABGRENZUNG UND DEFINITION VON E-BOOKS

2.1.1 DIE ABGRENZUNG ZUM KLASSISCHEN BUCH

Um den Begriff E-Book besser analysieren und einordnen zu können, steht, bevor auf dessen Definition näher eingegangen wird, am Beginn dieses Kapitels die Abgrenzung zwischen klassischem Buch und E-Book im Vordergrund. Für das klassische Buch sind zahlreiche Definitionen vorhanden. Im „Wörterbuch des Buches“ findet man zum Beispiel die Folgende:

„Eine in einem Umschlag oder Einband durch Bindung zus. gefasste, meist größere Anzahl von leeren, beschriebenen oder bedruckten Blättern (mind. 49 S., UNESCO) von nicht periodischer Erscheinungsweise.“²

Diese Definition verweist auf die internationale Organisation UNESCO, von der das Buch im Jahre 1964 folgendermaßen beschrieben wurde:

“A book is a non-periodical printed publication of at least 49 pages, exclusive of the cover pages, published in the country and made available to the public;”³

Demnach handelt es sich bei einem klassischen Buch um eine gedruckte Publikation von mindestens 49 Seiten, die nicht regelmäßig veröffentlicht wird. Es stellt sich nun die Frage, inwieweit sich diese Definition auf das „moderne“ Buch, das sogenannte E-Book anwenden lässt bzw. inwieweit diese Definition hilft das klassische Buch von einem E-Book abzugrenzen. Und wie kann im Gegensatz dazu ein E-Book definiert werden? Denn obwohl der E-Book-Markt schon seit einiger Zeit besteht und sich vor allem in den letzten Jahren im Wachstum befindet, gibt es bis jetzt keine Einigkeit darüber, wie der Begriff „E-Book“ definiert werden soll. Geht man auf die einzelnen Voraussetzungen näher ein, die ein klassisches Buch gemäß der UNESCO-Definition zu erfüllen hat, wird schnell klar, dass es klare Grenzen zwischen den beiden Bucharten gibt.

Schon die erste Voraussetzung, dass es sich um eine (auf Papier) gedruckte Publikation handeln muss, wird von einem E-Book nicht erfüllt. In der heutigen Zeit würde diese Voraussetzung dem Trend der Digitalisierung widersprechen, denn immer mehr Inhalte werden auf diversen Datenträgern abgespeichert anstatt ausgedruckt.⁴

² Vgl. Hiller und Füssel (2006), S. 61

³ Vgl. UNESCO [Zugriff am 31.10.2014]

⁴ Vgl. Wattig [Zugriff am 31.10.2014]

Die Anforderung, dass ein Buch veröffentlicht werden muss, dient in einem Zeitalter, in dem es jedem möglich ist, über das Internet Veröffentlichungen zu tätigen, nicht mehr als Abgrenzung zu anderen Publikationen.⁵

Geht man auf die Regelmäßigkeit der Veröffentlichung näher ein, so lässt sich festhalten, dass ein klassisches Buch im Gegensatz zu Zeitungen oder Zeitschriften nicht regelmäßig erscheint. Auf die digitale Welt angewandt, findet man regelmäßige Veröffentlichungen bei Blogs oder Nachrichtenseiten. Unregelmäßige, also nicht-periodische, Veröffentlichungen im Internet sind in sich abgeschlossene oder zusammenhängende Inhalte.⁶

Die Voraussetzung einer Mindestlänge von 49 Seiten lässt sich bei den Inhalten im Internet schwer nachvollziehen, da hier eine Messung der Seitenanzahl entfällt. Man müsste eine andere Art der Messung wählen, wie zum Beispiel die Anzahl der Zeichen oder Wörter. Die Sinnhaftigkeit einer solchen Messung ist aber zu hinterfragen.⁷

Im Zusammenhang mit einer Mindestlänge sollten auch durch die Digitalisierung hervorgerufene neue Formen von Büchern, wie zum Beispiel die von *Amazon* konzipierten Singles und das Projekt „The Atavist“, erwähnt werden. Unter Singles versteht man dabei Kurzgeschichten und Essays, deren Text ca. 5.000 bis 30.000 Wörter, also ungefähr 30 bis 90 Seiten, umfasst. Diese neue Form von Büchern kann die Anforderung von 49 Seiten demnach nicht in allen Fällen erfüllen. Auch Texte des Projekts „The Atavist“ sind länger als Zeitschriftenartikel, jedoch kürzer als Bücher. Sie werden aber im Unterschied zu Singles mit multimedialen Inhalten, wie zum Beispiel Zeitleisten oder Videos angereicht und können vorgelesen werden.

Es zeigt sich, dass ein E-Book die Anforderungen, die an ein klassisches Buch gestellt werden, nicht erfüllt, und sich dadurch abgrenzen lässt. Was also ist ein E-Book? Und welche Voraussetzungen müssen dafür erfüllt werden? In den folgenden Unterkapiteln wird zuerst auf die Definition von digitalen Büchern eingegangen und im Anschluss daran werden ihre Vor- und Nachteile näher erläutert.

⁵ Vgl. Wattig [Zugriff am 31.10.2014]

⁶ Ebenda

⁷ Ebenda

2.1.2 DEFINITION VON E-BOOKS

Das digitale Buch wird im deutschsprachigen Raum auch mit dem Terminus „E-Book“, der Kurzform von „Electronic Book“, bezeichnet. In Bezug auf die Schreibweise findet man sowohl „E-Book“, als auch „eBook“ oder „EBook“.

Die Professorin Jennifer Rowley und die Doktorandin Magda Vassiliou haben in ihrem Artikel „Progressing the definition of “e-book““ auf Grundlage bereits existierender Definitionen versucht, einen einheitlichen Terminus für „E-Books“ zu finden. Aufgrund der Tatsache, dass sich der E-Book-Markt ständig weiterentwickelt, haben sie ihre Definition in zwei Teile gegliedert.⁸

Mit dem Begriff „E-Book“ (electronic book) wird ein digitales Objekt mit Text und/oder anderem Inhalt bezeichnet, welches aus der Verbindung der gewohnten Inhalte eines Buches mit den Eigenschaften, die die elektronische Umwelt bereitstellt, hervorgeht. E-Books haben üblicherweise Einrichtungen, wie Such- und Querverweisfunktionen, Hypertext Links, Lesezeichen, Kommentare, Highlights, Multimedia Objekte und interaktive Instrumente, wobei sich diese Einrichtungen ständig erweitern bzw. verändern und von den neuen Technologien abhängig sind.⁹ Der erste Teil bezieht sich dabei auf den fortbestehenden Charakter des E-Books, während der zweite Teil auf die sich ändernden Eigenschaften eingeht.¹⁰

2.1.3 DIE EIGENSCHAFTEN ELEKTRONISCHER BÜCHER

E-Books ermöglichen es mit einer Reihe von nützlichen Eigenschaften, die Anwendungsgrenzen, die ein klassisches Buch mit sich bringt, zu überwinden.¹¹ Im Folgenden wird auf die wesentlichen Vorteile, die ein E-Book gegenüber einem klassischen Buch aufweist, näher eingegangen.

⁸ Vgl. Vassiliou und Rowley (2008), S. 363

⁹ Vgl. Ecker (2011), S. 4 zitiert nach Vassiliou und Rowley (2008), S. 363 f.

¹⁰ Vgl. Vassiliou und Rowley (2008), S. 363 f.

¹¹ Vgl. Divakar (2012), S.110

2.1.3.1 VORTEILE VON E-BOOKS

Der grundsätzliche Unterschied zwischen diesen beiden Buchformaten liegt vor allem darin, dass E-Books dynamisch und reaktiv sind und innerhalb kurzer Zeit in unterschiedlichen Formaten zur Verfügung stehen. Sie können zu jeder Zeit an jedem Ort heruntergeladen werden, woraus folgt, dass man zu jeder Zeit auf neue Bücher zugreifen kann, und somit unabhängig von Öffnungszeiten und Standorten ist. Dieses Vorgehen wird auch insofern erleichtert, dass drahtlose Internetverbindungen in den letzten Jahren an vielen Orten immer weiter verbreitet sind und zuverlässiger werden.¹²

Ein weiterer Vorteil den digitale Bücher gegenüber klassischen Büchern aufweisen, ist ihr Transport. Durch die Verwendung entsprechender Endgeräte, wie E-Book-Reader, Tablet-PCs oder Smartphones sind durch das Gewicht der selbigen digitale Bücher leichter zu tragen und damit einfacher zu transportieren als klassische Bücher. Ein E-Book-Reader zum Beispiel hat ca. 200 Gramm und damit lässt sich eine ganze Bibliothek in der Handtasche mit sich tragen.

Bezogen auf die Lagerung von Büchern, sind E-Books im Vergleich zu klassischen Büchern platzsparender, da auf dem jeweiligen Endgerät tausende Bücher gespeichert werden können. Dies ist vor allem auch für Bibliotheken ein Vorteil, die für physische Bücher enorm viel Stauraum benötigen.

E-Book-Reader bieten Suchsysteme und die Möglichkeit eigene Ordner zu erstellen, mit deren Hilfe die private Bibliothek besser überschaubar ist und E-Books im Gegensatz zu klassischen Büchern einfacher gefunden werden können.¹³

Einen großen Vorteil bringen digitale Bücher vor allem Menschen mit Sehschwächen. Diese Personen können ihre E-Books ihren individuellen Bedürfnissen anpassen, da sowohl die Schriftgröße als auch die Schriftart entsprechend geändert werden kann.

¹² Vgl. Divakar (2012), S.110

¹³ Vgl. Kaschade [Zugriff am 30.03.2013]

Ein weiterer Vorteil ist die bei vielen E-Readern vorhandene Notizfunktion. Diese ermöglicht es dem Nutzer während dem Lesen Textteile hervorzuheben oder sich eigene Anmerkungen oder Skizzen zu machen und diese zu exportieren.

Mit Hilfe verschiedener Wörterbücher und Enzyklopädien können während dem Lesen ganz einfach Fremdwörter und Fachbegriffe nachgeschlagen werden. Das erleichtert das Lesen von Büchern in fremder Sprache und das Studieren von Fachliteratur.¹⁴

Gegenüber klassischen Büchern sind E-Books beständiger was die Beschädigung und Zerstörung betrifft, da bei einem E-Book zum Beispiel Seiten weder ausgerissen, eingerissen noch umgeknickt werden können. Für das Lesen am Strand gibt es etwa spezielle Schutzhüllen, die den E-Reader vor Sand und Wasser schützen.

Ein Vorteil von E-Books ist außerdem, dass das Lesen der selbigen auf E-Readern gegenüber klassischen Büchern umweltfreundlicher ist, wenn man mehr als zehn Bücher jährlich liest. E-Reader tragen laut dem Öko-Institut Freiburg bei Viellesern zum Umwelt- und Klimaschutz bei, da sie im Vergleich zum herkömmlichen Buch Papier, Energie und CO₂ sparen.¹⁵

Diesen Vorteilen stehen natürlich auch Nachteile gegenüber, wie im folgenden Kapitel beschrieben wird.

2.1.3.2 NACHTEILE VON E-BOOKS

Als ein wesentlicher Nachteil des Lesens von digitalen Büchern muss das notwendige Vorhandensein eines Endgerätes genannt werden. Es reicht hierbei nicht der Kauf eines Buches aus, man benötigt im Gegensatz zu klassischen Büchern auch ein entsprechendes Gerät, auf dem das E-Book dargestellt werden kann. Außerdem ist für das Lesen auf diesen Geräten das Vorhandensein von Energie (Strom/Akku) notwendig.

¹⁴ Vgl. Kaschade [Zugriff am 30.03.2013]

¹⁵ Vgl. Liel [Zugriff am 14.10.2014]

In Bezug auf die bei den Vorteilen genannte Umweltfreundlichkeit von E-Books, muss natürlich auch auf die Herstellung dieser Lesegeräte verwiesen werden. Denn auch, wenn für E-Books keine Bäume gefällt werden, entstehen durch die Herstellung von E-Book Readern Schadstoffe. Die Ökobilanz zwischen klassischem und digitalem Buch wird also erst ab einer bestimmten Menge gelesener Bücher, richtiger Handhabung (in Bezug auf den Stromverbrauch) und Entsorgung der Lesegeräte ausgeglichen.¹⁶

Digitale Bücher müssen zwar genauso wie klassische Bücher erworben werden, jedoch können sie weder getauscht noch verkauft oder an Freunde verliehen werden.¹⁷

Viele Fans von klassischen Büchern werden vom Kauf eines digitalen Buches dadurch abgehalten, dass für sie das „haptische“ beim Lesen fehlt. Diese Personen bemängeln bei einem digitalen Buch, dass für sie beim Schmökern von Büchern auch ein bestimmtes Gefühl dazu gehört, wie das Erfühlen des Buchumschlags, das Umblättern der Buchseiten oder der Geruch eines Buches.¹⁸

Hinzu kommt die Tatsache, dass digitale Bücher kaum preiswerter als gedruckte Bücher sind. Dies kann von vielen Personen nicht nachempfunden werden, wo sie doch bei einem klassischen Buch im Gegensatz zu einem E-Book so viele gedruckte Seiten samt Einband in den Händen halten.

Außerdem ist nicht jedes gedruckte Buch schon als E-Book verfügbar. Hier stellen sich die Leser die Frage, ob sie neben digitalen auch klassische Bücher kaufen sollen, obwohl sie sich extra einen E-Book-Reader zugelegt haben.

Nicht außer Acht gelassen werden darf die Tatsache, dass für viele Personen ein volles Bücherregal ein gewisses Statussymbol darstellt bzw. dessen Vorhandensein zur Wohnlichkeit beiträgt. Bei einem Kauf von E-Books bleibt einem Außenstehenden

¹⁶ Vgl. Ehling [Zugriff am 14.10.2014]

¹⁷ Vgl. Kaschade [Zugriff am 30.03.2013]

¹⁸ Ebenda

die eigene Bibliothek und somit das Interesse an Literatur verborgen.¹⁹ Schon Cicero wusste das zu bemängeln:

„A room without books is like a body without a soul.“

2.2 DEFINITION UND TECHNISCHE GRUNDLAGEN VON E-BOOK-READERN

Ein E-Book-Reader oder „E-Reader“ ist eine Hardware in Form eines tragbaren Lesegeräts, welche der Darstellung eines E-Books dient. Das Lesen von E-Books ist auch auf anderen Geräten, wie zum Beispiel PCs, Tablet PCs oder Smartphones möglich, jedoch wurden E-Reader für das Lesen von E-Books hergestellt, und bringen somit gewisse Vorteile mit sich.²⁰ E-Book-Reader verfügen über ein sogenanntes „Electronic Paper Display“ (EPD), dessen weltweit führender Entwickler und Anbieter das taiwanesisches Unternehmen „E Ink Holdings“ ist. Die seit 2004 auf dem Markt befindliche „E-Ink-Technologie“ (E-Ink = elektronische Tinte) empfindet mit ihrem hohen Kontrast und Design die Eigenschaften von Tinte auf echtem Papier nach. Dadurch ist das Display auch im Sonnenlicht gut lesbar und benötigt keine Hintergrundbeleuchtung. Außerdem verfügt es über einen äußerst geringen Stromverbrauch, da dieser nur für das Umblättern benötigt wird.²¹

Die bekanntesten E-Book-Reader am deutschsprachigen Markt stammen aktuell von Unternehmen wie *Amazon*, *Sony*, *Kobo*, *Pocketbook* und der Allianz der Buchhändler *Thalia*, *Weltbild*, *Hugendubel* und *Club Bertelsmann*. Die Lesegeräte verfügen derzeit über ein Display von ca. 6 Zoll und wiegen etwa 200 Gramm. Mit einem Speicherplatz von ca. 2 GB können rund 1.000 Bücher gespeichert werden.

Zudem bieten die meisten Unternehmen eine Cloud zum Abspeichern der Dateien an. Der Bereich Cloud Computing hat sich in den letzten Jahren stark

¹⁹ Vgl. Kaschade [Zugriff am 30.03.2013]

²⁰ Vgl. Ecker (2011), S. 4 f.

²¹ Vgl. Ecker (2011), S. 5 zitiert nach E Ink Corporation [Zugriff am 04.12.2014]

weiterentwickelt, und sowohl die Unternehmen als auch die Konsumenten profitieren von dem daraus entstehenden Mehrwert, der sich unter anderem aus den scheinbar unendlichen Ressourcen und der Möglichkeit immer und überall auf das Netzwerk zugreifen zu können ergibt.²² Die E-Book-Reader sind außerdem mit einem Internetzugang ausgestattet, wodurch der Nutzer direkt auf die unterschiedlichen Shopsysteme zugreifen kann. Einige Reader verfügen über eine Musikwiedergabe, andere über eine Vorlesefunktion, Notizfunktion, Wörterbücher oder Spiele.

Nutzer von E-Readern schätzen vor allem die praktische Handhabung dieser Geräte. Bücher können aus dem Internet geladen werden und befinden sich kurz darauf auf ihren Lesegeräten. Außerdem wird durch die Verwendung von E-Readern der Umwelt nicht mehr, wie bei klassischen Büchern durch das Buchcover, preisgegeben, mit welcher Lektüre man sich gerade beschäftigt. Dies dürfte zum Beispiel auch zum Erfolg des Erotikromans "Shades of Grey" beigetragen haben.²³

2.2.1 NEUESTE ENTWICKLUNGEN

E-Reader-Displays werden oft durch ihr gräuliches Aussehen mit dem Aussehen von Recyclingpapier verglichen. Im Bestreben das Erscheinungsbild und die Lesequalität von E-Books klassischen Büchern anzugleichen, kommen immer neuere, verbesserte Display-Generationen auf den Markt. *Amazon* zum Beispiel brachte im Oktober 2012 den sogenannten *Kindle Paperwhite* auf den amerikanischen Markt, der mit einem weißen Hintergrundbild ausgestattet ist.

Dieses *Kindle* Modell verfügt mit 212 ppi um 62 % mehr Pixel als der Vorgänger und der Kontrast ist um 25 % verbessert worden, was neben der integrierten Beleuchtung zu einer besseren Lesequalität führt.²⁴ Im Herbst 2014 kam mit dem *Kindle Voyage* ein neues Lesegerät von *Amazon* auf den Markt, bei dem die Paperwhite-Technologie weiter verbessert wurde. Die Auflösung dieses E-Readers wurde von 221 ppi auf 300 ppi erhöht, wodurch das Schriftbild so scharf wie gedruckt

²² Vgl. Mladenow et al. (2012), S. 213

²³ Vgl. Mey [Zugriff am 30.12.2014]

²⁴ Vgl. Pluta [2] [Zugriff am 31.12.2014]

erscheint.²⁵ Die neuesten Versionen des *Kindle Paperwhite* sind mit der neuen Display-Generation *Carta* von *E Ink* ausgestattet.²⁶

Das Unternehmen *E Ink* hat sein bisheriges Display-Modell *Pearl* weiterentwickelt und brachte im Jahr 2013 die neue Generation *Carta*, welche über einen 50 % höheren Kontrastwert verfügt und damit noch bessere Lesbarkeit mit sich bringen soll, heraus. Das Kontrastverhältnis liegt nun bei 15:1. Auch die Darstellung von schwarz und weiß und die Bildwechselfunktion wurde verbessert. Störende Effekte, wie die sogenannten „Geisterbilder“ (Ghosting), die beim Umblättern einer Seite oft zurückbleiben, sind stark reduziert worden.²⁷

Auch E-Book-Reader mit Farbdisplay sind inzwischen auf den Markt gekommen, wodurch der Unterschied zu LCD-Displays erheblich verkleinert werden soll. Mit dem E-Book-Reader *Jetbook Color* des amerikanischen Unternehmens *Ectaco* kam 2012 der erste E-Reader mit einem auf der E-Ink-Technologie basierenden Farbdisplay auf den deutschsprachigen Markt. Der *Jetbook Color* verfügt über das Farbdisplay *Triton* von *E Ink*, welches 4.096 Farben darstellen kann. Die Farbqualität kam jedoch noch nicht an die eines LCD-Displays heran.²⁸ Neben dem im Frühjahr 2013 erschienenen *Jetbook Color 2*, welches über die zweite Generation des *Triton* Farbdisplays verfügt, kamen mittlerweile weitere E-Reader unterschiedlicher Anbieter, wie zum Beispiel *PocketBook*, in Farbversion heraus. Was die bisher am Markt erschienenen E-Reader mit Farbdisplay gemeinsam haben, ist ihr nicht unbedingt handliches Format mit einem Display von ca. 8 - 10 Zoll.

Eine weitere Entwicklung in der Display-Technologie beschäftigt sich mit ihrer Flexibilität. Der russische Elektronik Händler *Wexler* zum Beispiel stellte auf der IFA 2012 seinen E-Reader *Flex One* mit flexiblem Display und Gehäuse vor. Das Display stammt dabei vom Elektronik-Hersteller *LG*.²⁹ Im März 2013 wurde die Produktion dieses Endgerätes allerdings wieder eingestellt.³⁰

²⁵ Vgl. Riegler [Zugriff am 31.12.2014]

²⁶ Vgl. Donath [Zugriff am 30.12.2014]

²⁷ Ebenda

²⁸ Vgl. ebookreader-info.de [2] [Zugriff am 30.12.2014]

²⁹ Vgl. Bergert [Zugriff am 10.10.2014]

³⁰ Vgl. Haupt [3] [Zugriff am 30.12.2014]

Im Mai 2013 ließ *Sony* mit seinem neuen E-Reader *Digital Paper* aufhorchen. Der 360 Gramm schwere E-Reader des japanischen Unternehmens verfügt über ein flexibles E-Ink-Display in der Größe von 13,3 Zoll. Mit diesem besonders großen Bildschirm möchte man vor allem den Bildungsbereich ansprechen, da es mit seinem 4:3-Format besonders für das Betrachten von Büchern und Magazinen geeignet ist. Mit Hilfe eines Eingabestiftes können Notizen und Markierungen in PDF-Dateien verfasst werden. Die Akkulaufzeit ist mit den angegebenen 3 Wochen besonders hoch.³¹ Im Mai 2014 kam der E-Reader zu einem Preis von ca. USD 1.100 auf den amerikanischen Markt.³²

2.2.2 ABGRENZUNG VON E-BOOK-READERN

Wie bereits im vorigen Abschnitt erwähnt, werden E-Book-Reader vor allem für das Lesen von E-Books hergestellt. Einige dieser Geräte verfügen zwar auch über zusätzliche Funktionen, mit denen man zum Beispiel Musik hören oder Spiele spielen kann. Doch im Vordergrund steht bei jedem E-Book-Reader das Lesen.

In Konkurrenz zu E-Book-Readern stehen neben PCs und Smartphones vor allem Tablet-PCs. Diese Endgeräte haben mit dem Aufkommen des *Apple iPads* im April 2010 den großen Durchbruch geschafft. Um das Lesen auch auf diesen Endgeräten angenehm zu machen, gibt es inzwischen zum Beispiel zahlreiche Apps für Smartphones und Tablet-PCs. Allerdings ist es fraglich, ob sie dadurch das gleiche Lesegefühl vermitteln können, wie E-Book-Reader. Die Anbieter von Tablet-PCs und Smartphones möchten den Lesemarkt jedoch nicht vollständig aus der Hand geben und versuchen mit Innovationen wie Dual-Screen-Smartphones, E-Ink-Hüllen und entsprechenden Apps das Lesen auf ihren Endgeräten zu forcieren.

2.2.2.1 TABLET-PC

Tablet-PCs sind Multitalente, die neben vielen anderen Features auch das Lesen von Büchern, Zeitschriften, etc. ermöglichen. Der Duden beschreibt den Tablet-PC als „tragbaren flachen Computer in der Form eines Schreibblocks, der mithilfe eines

³¹ Vgl. derStandard.at [3] [Zugriff am 31.12.2014]

³² Vgl. Ernst [Zugriff am 31.12.2014]

(digitalen) Stifts oder durch Berühren des Bildschirms mit dem Finger bedient wird;“.³³ Nachdem *Apple* mit seinem *iPad* den Weg für Tablets geebnet hat, sind auch einige andere Unternehmen, wie zum Beispiel *Google*, *Amazon* und *Samsung* auf diesen Zug aufgesprungen.

Tablets verzeichneten in den letzten Jahren einen regelrechten Boom. Im zweiten Quartal 2013 wurden in Deutschland erstmals mehr Tablets als Notebooks verkauft.³⁴ Diese Begeisterung liegt vor allem daran, dass sie aufgrund ihrer zahlreichen Features Multitalente sind. Mit einer Display-Größe von etwa 8 Zoll und einem Gewicht von ca. 300 - 500 Gramm eignen sie sich perfekt um sich unterwegs die Zeit mit Filmen, Spielen und Apps zu vertreiben. Unterschieden wird bei diesen Endgeräten vor allem in Bezug auf ihr Betriebssystem. Die Tablets von *Apple* verfügen mit dem *iOS* über ein eigenes mobiles Betriebssystem, während viele andere Hersteller, wie zum Beispiel *Samsung* und *Amazon*, bei ihren Endgeräten auf das Betriebssystem *Android* von *Google* zurückgreifen. Diese beiden Betriebssysteme verfügen über den größten Marktanteil. Daneben kämpft unter anderem noch *Microsoft* mit *Windows* um die Gunst der Nutzer.

Vergleicht man die beiden großen Betriebssysteme *iOS* und *Android* auf dem Tablet- und Smartphone-Markt, zeigt sich, dass *Android* mittlerweile klarer Marktführer ist. 65,8 % der neu verkauften Tablets verfügten im ersten Quartal 2014 über das Betriebssystem von *Google*.³⁵ Das liegt nach Meinung der Marktforscher vor allem an den großen Unternehmen wie *Google*, *Amazon* und *Samsung*, die das Betriebssystem *Android* verbreiten. Außerdem werden in Märkten wie China günstige *Android*-Tablets hergestellt, wodurch sich diese Entwicklung noch verstärkt.³⁶

Der Tablet-PC ist gewiss der bedeutendste Konkurrent des E-Book-Readers, da er in Bezug auf die Größe dem digitalen Lesegerät entspricht und neben dem Lesen noch viele andere Unterhaltungsmöglichkeiten bietet.

³³ Vgl. Duden [Zugriff am 04.11.14]

³⁴ Vgl. Heise Online [Zugriff am 30.12.2014]

³⁵ Vgl. DiePresse.com [Zugriff am 05.01.2015]

³⁶ Vgl. Költzsch [1] [Zugriff am 30.12.2014]

2.2.2.2 SMARTPHONE

Eine weitere Möglichkeit E-Books zu lesen, ist die Verwendung von Smartphones. Aufgrund der immer größer werdenden Displays, des Vorhandenseins eines mobilen Internetzugangs und der Tatsache, dass man sie immer bei sich trägt, werden auch diese Endgeräte zum Lesen eingesetzt.

Smartphones dienen im Unterschied zu herkömmlichen Mobiltelefonen nicht nur als Kommunikationsmittel, sondern auch als persönlicher digitaler Assistent (Personal Digital Assistants – PDA).³⁷ Sie verfügen ebenfalls über ein mobiles Betriebssystem, dessen Marktführerschaft auch hier mit einem Anteil von 84,6 % im zweiten Quartal 2014 bei *Android* lag. *Apples iOS* belegte mit 11,9 % Platz zwei, gefolgt von *Windows Phone* mit einem Marktanteil von 2,7 %.³⁸

Mit dem Dual-Screen-Smartphone des russischen Unternehmens *Yota Devices* wurde bereits Anfang 2013 eine interessante Entwicklung in Bezug auf das Thema Lesen auf den Smartphone-Markt vorgestellt. Diese Smartphones besitzen neben dem herkömmlichen Display auf der Rückseite ein integriertes, stromsparendes E-Ink-Display.³⁹ Anfang des Jahres 2014 wurde die zweite Generation des *Yotaphones* vorgestellt, das durch ein neues Design und ein durch Touchscreen bedienbares E-Ink-Display mehr überzeugen soll, als die erste Generation. Die Auflösung von 960 x 540 Pixeln soll das Lesen angenehm machen. Durch das verwendete E-Paper-Display kann im Sonnenlicht gelesen werden und die neue Generation verfügt außerdem über eine Hintergrundbeleuchtung.⁴⁰

Eine Alternative zu diesen Dual-Screen-Smartphones, deren Preis bei ca. EUR 500 liegen wird, ist das *InkCase* des Unternehmens *Oaxis* aus Singapur. Dabei handelt es sich um eine Smartphone-Hülle mit integriertem E-Ink-Display. Durch diese Kombination wird der Nutzer nicht in seiner Telefonauswahl eingeschränkt. Mit den passenden Apps soll das Lesen auf dem Smartphone auch hier vor allem angenehmer für die Augen und schonender für den Akku werden. Die Verbindung zwischen Smartphone und Hülle wird durch Bluetooth hergestellt. Die derzeit auf

³⁷ Vgl. Kraus (2011), S. 31 [Zugriff am 30.12.2014]

³⁸ Vgl. Költzsch [2] [Zugriff am 05.01.2015]

³⁹ Vgl. Tiefenthäler [Zugriff am 31.12.2014]

⁴⁰ Vgl. Pakalski [2] [Zugriff am 31.12.2014]

dem Markt befindlichen Hüllen für das *iPhone5*, das *Samsung Galaxy S4* und das *Samsung Galaxy Note2* sollen bald um Modelle für weitere Smartphone-Anbieter erweitert werden. Der Verkaufsstart auf dem europäischen Markt wurde noch nicht bekanntgegeben.⁴¹

2.2.2.3 PHABLET

Unter einem *Phablet* versteht man die Kombination aus einem Smartphone und einem Tablet-PC (Phone + Tablet = Phablet). Dabei sollen die besten Eigenschaften dieser beiden Geräte miteinander verbunden werden. Das Display eines Phablets ist mit 5 - 7 inch (12,5 – 17 cm) größer als das Display eines Smartphones, jedoch kleiner als das eines Tablets. Im Gegensatz zu einem Tablet-PC kann jedoch mit dem Phablet telefoniert werden. Außerdem ist es leichter und kleiner. Und im Vergleich zum Smartphone weist es beim Surfen im Internet oder beim Abspielen von Videos eine bessere Auflösung auf.⁴²

2.3 DIE GESCHICHTE VON E-BOOKS UND E-BOOK-READERN

Das Konzept des E-Books wurde erstmals im Jahr **1945** von Vannevar Bush, einem amerikanischen Ingenieur, beschrieben. Seine Idee, die jedoch nicht umgesetzt wurde, war es, mit Hilfe eines Geräts, welches er als „Memex“ bezeichnete, Bücher und Dokumente zu speichern, abzurufen und anzuzeigen.⁴³

Mit dem im Jahr **1971** von Michael S. Hart ins Leben gerufene „Project Gutenberg“ wurde ein Grundstein für digitale Bücher gelegt. Bei diesem Projekt handelt es sich um die älteste digitale Bibliothek der Welt. Es werden kostenlos Werke zur Verfügung gestellt, deren Urheberrecht ausgelaufen ist bzw. die als Public Domain gemeinfrei sind.⁴⁴ Ihren Namen verdankt sie dem deutschen Buchdrucker Johannes Gutenberg.

⁴¹ Vgl. Rixecker [Zugriff am 31.12.2014]

⁴² Vgl. ITWissen.info [Zugriff am 31.12.2014]

⁴³ Vgl. Chennupati (2012), S. 79

⁴⁴ Vgl. ebooknet.de [Zugriff am 31.12.2014]

Die elektronischen Texte wurden am Anfang von Hart und seinen freiwilligen Helfern per Hand in den PC eingegeben. Das Projekt umfasst heute ca. 30.000 zumeist literarische Werke, die vorwiegend in englischer Sprache vorhanden sind. Neben elektronischen Texten stehen auch digitale Bilder, Filme und Audiodateien zur Verfügung.⁴⁵

1974 entwickelte Nicholas K. Sheridon für das Unternehmen *Xerox* den Vorläufer des elektronischen Papiers, das Gyricon-Papier. Da *Xerox* diese Technik jedoch weder weiter verfolgte noch ausarbeiten ließ, wurde sie erst in den 90er Jahren vom Unternehmen *E Ink* wieder aufgegriffen und zur Herstellung von marktreifen „Electronic Paper Displays“ herangezogen.⁴⁶

Das erste digitale Buch kam im Jahr **1988** in Form einer Diskette auf den Markt. Es handelte sich um den Roman „Mona Lisa Overdrive“ von William Gibson.⁴⁷

Mit dem *Sony Data Discman* brachte der japanische Elektronikkonzern *Sony* im Jahr **1990** das erste mobile Lesegerät heraus, auf dem digitale Bücher dargestellt werden konnten. Der Data Discman war mit einem CD-ROM Laufwerk ausgestattet und vor allem für Nachschlagewerke vorgesehen. **1993** wurde die Produktion wieder eingestellt, was wohl auch an dem Verkaufspreis von über EUR 500 gelegen sein durfte.⁴⁸

1991 brachte das Unternehmen *Voyager Company* ein elektronisches Buchformat für CD-ROM heraus. Einer der ersten Buchtitel dieser „expanded books“ war „Per Anhalter durch die Galaxis“ von Douglas Adams.⁴⁹

Mit dem *Newton Message Pad* von *Apple* kam im Jahr **1993** ein früher Vorfahr des *iPads* auf den Markt, mit dem digitale Bücher im proprietären Format „Newton Books“ gelesen werden konnten.⁵⁰ Außerdem wurde 1993 das PDF-Format des amerikanischen Softwareunternehmens *Adobe Systems* entwickelt. Dieses

⁴⁵ Vgl. Gantert (2010), S. 209 f.

⁴⁶ Vgl. ebookreader-info.de [1] [Zugriff am 21.07.2013]

⁴⁷ Ebenda

⁴⁸ Vgl. Müller et al. (2010), S. 15 [Zugriff am 31.12.2014]

⁴⁹ Vgl. ebookreader-info.de [1] [Zugriff am 21.07.2013]

⁵⁰ Ebenda

plattformunabhängige Dateiformat ermöglicht eine einheitliche Betrachtung von Dokumenten auf allen Geräten unabhängig von Hardware und Betriebssystem. Nachdem das Format 2001 frei gegeben wurde, ist es mittlerweile weit verbreitet und hat sich zum Standardformat für elektronische Dokumente etabliert.⁵¹

Im Rahmen der Frankfurter Buchmesse **1998** wurde vom deutsch-amerikanischen Joint Venture Unternehmen *NuvoMedia*, bei dem auch der Medienkonzern *Bertelsmann* Teilhaber war, das Lesegerät *Rocket eBook* vorgestellt.⁵² Dieses mobile Gerät war ausschließlich für die Darstellung von E-Books ausgerichtet, konnte bis zu 41.000 Seiten speichern und war zu einem Preis von USD 500 erhältlich. Fast zeitgleich mit dem *Rocket eBook* kam das Lesegerät *Softbook* des amerikanischen Unternehmens *Softbook Press* auf den Markt. Dieses Lesegerät hatte bereits ein Modem integriert und somit konnte man Bücher online herunterladen.⁵³ Trotz beachtlicher technischer Fortschritte im Vergleich zu den ersten E-Readern im Jahr 1990, konnten sich auch diese Lesegeräte am Markt nicht durchsetzen.⁵⁴

Mit dem Launch der Online-Bibliothek „*Netlibrary*“ wurden im Jahr **1999** ca. 2.000 E-Books Bibliotheken zugänglich gemacht. Kurz darauf kamen mit *Questia* und *Ebrary* zwei weitere Unternehmen auf den Markt, die ihr E-Book-Angebot jedoch auch direkt an den Endkunden vertrieben.⁵⁵

2004 kam mit dem E-Book-Reader *Sony Librié* das erste Lesegerät mit einem „Electronic Paper Display“ des Unternehmens *E Ink* auf den japanischen Markt.⁵⁶ Da sich der Verkauf als erfolglos herausstellte, wurde der E-Reader erst gar nicht auf dem deutschen Markt angeboten.⁵⁷ Außerdem wurde in diesem Jahr die Online-Dienstleistung „*Google Books*“ des amerikanischen Unternehmens *Google* ins Leben gerufen. Google hatte sich zum Ziel gesetzt, alle weltweit erschienen Bücher in seine Buchsuche aufzunehmen.⁵⁸

⁵¹ Vgl. ebookreader-info.de [1] [Zugriff am 21.07.2013]

⁵² Vgl. Spiegel Online [Zugriff am 31.12.2014]

⁵³ Vgl. ebookreader-info.de [1] [Zugriff am 21.07.2013]

⁵⁴ Vgl. Müller et al. (2010), S. 15 [Zugriff am 31.12.2014]

⁵⁵ Vgl. Chennupati (2012), S. 79

⁵⁶ Vgl. Pakalski [1] [Zugriff am 31.12.2014]

⁵⁷ Vgl. Müller et al. (2010), S. 15 [Zugriff am 31.12.2014]

⁵⁸ Vgl. ebookreader-info.de [1] [Zugriff am 21.07.2013]

Im Jahr **2007** wurde vom *International Digital Publishing Forum* das EPUB-Format entwickelt. Dabei handelt es sich um einen offenen Standard für E-Books, der sich innerhalb kürzester Zeit für offene Formate etabliert hatte.⁵⁹ Außerdem brachte das amerikanische Unternehmen *Amazon* im Jahr 2007 seinen E-Book-Reader *Kindle* auf den Markt. Mit diesem Lesegerät konnte erstmalig ein internationaler Erfolg verbucht werden. Es verfügt neben einem „Electronic Paper Display“ des Unternehmens *E Ink* über eine Internetverbindung, mit welcher man die gewünschten E-Books direkt aus dem *Amazon* Online-Shop kaufen kann.⁶⁰

Mit seinem *iPad* brachte der amerikanische Hersteller *Apple* im Jahr **2010** frischen Wind auf den Markt der Tablet-Pcs. Mit diesem tragbaren Computer gelang ihm ein regelrechter Verkaufsschlager. Durch die App „iBooks“ und einem dazugehörigen E-Book Store lässt sich das *iPad* auch als Lesegerät gut verwenden.⁶¹

Im Jahr **2011** kam mit dem E-Book-Reader von *Kyobo* das erste Lesegerät mit Farbdisplay auf den asiatischen Markt. Das Lesegerät wurde mit der Display-Technik „Mirasol“ vom Unternehmen *Qualcomm* ausgestattet.⁶²

Im Jahr **2012** konnte mit dem E-Book-Reader „*Jetbook Color*“ ein Lesegerät mit Farbdisplay auch außerhalb Asiens erstanden werden. Das *Jetbook* verfügt über die Display-Technologie „Triton“ von *E Ink* und kann bis zu 4.096 Farben darstellen.⁶³

2.4 E-BOOK-FORMATE

Mittlerweile existiert eine Vielzahl von E-Book-Formaten. Viele Anbieter von E-Book-Readern erstellen ihre eigenen Formate, wie z.B. Amazon (AZW) oder Sony (BBeB). Es gibt auch die Möglichkeit E-Books mit Hilfe von speziellen Programmen in ein Format zu konvertieren, welches dann vom vorhandenen E-Book-Reader gelesen

⁵⁹ Vgl. ebookreader-info.de [1] [Zugriff am 21.07.2013]

⁶⁰ Ebenda

⁶¹ Ebenda

⁶² Ebenda

⁶³ Ebenda

werden kann. Zu den drei am häufigsten verwendeten Formaten zählen EPUB, PDF und MOBI. Alle drei unterstützen das DRM⁶⁴ (Digital Rights Management).

2.4.1 EPUB (ELECTRONIC PUBLICATION)

Der EPUB- Standard ist ein offener Standard und basiert auf XML. In der Kapiteldatei dieses Formates ist das Manuskript gespeichert, in den Metadaten Hinweise auf den Autor oder den Verlag, und in der Containerdatei zum Beispiel das DRM. Der Vorteil ist, dass dem Leser ermöglicht wird, selbst über Schriften, Schriftgrößen und Hintergründe zu entscheiden – das Format stellt sich dynamisch auf alle Displaygrößen ein. Der Nachteil liegt darin, dass Bilder und Videos nur eingeschränkt darstellbar sind.⁶⁵

Der EPUB-Standard wurde vom *International Digital Publishing Forum* (IDPF) entwickelt. Zu Beginn des Jahres 2012 kam die neueste Version dieses Formats, nämlich *EPUB3* auf den Markt.⁶⁶ Im Mai 2013 brachte die Universität Mainz eine Studie zur Interoperabilität von E-Book-Formaten heraus. Diese Studie wurde mit einer Empfehlung des einheitlichen Standards EPUB3 an die EU-Kommissarin für die Digitale Agenda übergeben. Die Wissenschaftler der Studie verweisen darauf, dass der Standardformatvorschlag *EPUB3* über alle Möglichkeiten verfügt, die man zum Lesen eines E-Books benötigt – auch für die Einbindung von multimedialen und interaktiven Elementen. Sie machen außerdem darauf aufmerksam, dass die Unternehmen *Amazon* und *Apple* mit ihren proprietären Formaten ihre E-Book-Märkte bewusst abschotten.⁶⁷

2.4.2 PDF (PORTABLE DOCUMENT FORMAT)

Mit Hilfe des PDFs ist ein plattformunabhängiger Dokumentenaustausch möglich. Das Erscheinungsbild des Dokuments ist dabei starr und bleibt in dem vom Autor

⁶⁴ Vgl. Ecker (2011), S. 6

⁶⁵ Vgl. Ecker (2011), S. 6 zitiert nach Schwanenberg und Artmann [Zugriff am 31.12.2014]

⁶⁶ Vgl. Kern [Zugriff am 31.12.2014]

⁶⁷ Vgl. Johannes Gutenberg-Universität Mainz [Zugriff am 31.12.2014]

vorgesehenen Layout. Dies ist jedoch auch der Nachteil des PDF-Formats. Durch den starren Umbruch kann die Buchseite nicht an die Bildschirmgröße angepasst werden, und das Lesen von zum Beispiel Zeitungsseiten gestaltet sich damit als unübersichtlich. Der Vorteil dieses Standards ist die Marktdurchdringung und die damit verbundenen kostenlosen Betrachterprogramme. Außerdem können bei diesem Format die Dokumente mit multimedialen Funktionen, wie zum Beispiel Videos, Bildergalerien oder Navigationsfunktionen ausgestattet werden. Man spricht dann von einem Rich-PDF.⁶⁸

2.4.3 MOBI (MOBIPOCKET)

Bei dem Format Mobipocket handelt es sich um eine proprietäre, kostenlose Software der Amazon-Tochtergesellschaft „Mobipocket SA“. Dieser Standard war in den USA lange Zeit sehr verbreitet. Der Vorteil dieses Formats liegt, sowie bei EPUB, in der dynamischen Anpassung an unterschiedliche Bildschirmgrößen.⁶⁹

2.5 DRM (DIGITAL RIGHTS MANAGEMENT)

Bei dem Begriff „Digital Rights Management“ handelt es sich um eine digitale Rechteverwaltung, also einen Kopierschutz, welcher nicht nur für E-Books, sondern auch für Musik und Filme verwendet wird.⁷⁰ Mit Hilfe des Kopierschutzes kann dem E-Book-Inhaber das Ausdrucken seines E-Books, sowie das Lesen auf unterschiedlichen Geräten verwehrt werden.⁷¹ Zum Beispiel kann ein E-Book, welches auf *Amazon* erworben wurde, nur auf dem unternehmenseigenen Endgerät *Kindle* geöffnet werden. Die Nutzer werden durch das DRM also an ein Lesegerät gebunden.⁷²

⁶⁸ Vgl. Ecker (2011), S. 6 zitiert nach Schwanenberg und Artmann [Zugriff am 31.12.2014]

⁶⁹ Vgl. Ecker (2011), S. 6 f. zitiert nach Böhringer [Zugriff am 26.08.2012]

⁷⁰ Vgl. Ecker (2011), S. 5 zitiert nach Schwanenberg und Artmann [Zugriff am 31.12.2014]

⁷¹ Vgl. Ecker (2011), S. 5 zitiert nach Pluta [1] [Zugriff am 31.12.2014]

⁷² Vgl. Pluta [1] [Zugriff am 31.12.2014]

Man unterscheidet im Rahmen dieses Kopierschutzes allerdings zwischen dem sogenannten *harten* und *weichen* DRM. Während beim harten DRM das E-Book technisch verschlüsselt ist und nur mit einer speziellen Software gelesen werden kann, werden E-Books mit weichem DRM mit Wasserzeichen versehen. Dadurch werden der Name und die Registrierungsnummer des Käufers sichtbar oder unsichtbar im digitalen Buch platziert.⁷³

Der Nutzer erwirbt mit dem Kauf eines E-Books lediglich dessen Nutzungsrechte. Der Kopierschutz räumt dem E-Book-Anbieter eine gewisse Kontrolle über das von ihm verkaufte Werk ein und beschränkt somit die Rechte der Anwender. Mittlerweile findet zu diesem seit jeher umstrittenen Thema ein Umdenken statt. Nicht nur von Unternehmen wird die Sinnhaftigkeit dieser digitalen Rechteverwaltung hinterfragt, auch in der Politik kommt es diesbezüglich zu Diskussionen. Viele denken dabei auch an den digitalen Musikmarkt, der in seinen Anfängen auch an einem DRM festgehalten hatte, und mittlerweile DRM-freie Produkte anbietet.

Das DRM dient dementsprechend vor allem dem Schutz der Urheberrechte. In Deutschland hat 2013 zum Beispiel ein Gericht den Weiterverkauf von „gebrauchten“ E-Books untersagt, da diese durch die Benutzung keinen Qualitätsverlust erleiden.⁷⁴

Der amerikanische Science-Fiction-Verlag *Tor-Books* ließ Mitte 2012 mit seiner Meldung, künftig auf DRM verzichten zu wollen, aufhorchen. Das Unternehmen wollte damit auf die anhaltende Skepsis der Kunden gegenüber E-Books reagieren und den Mehrwert für seine Kunden durch das DRM nicht weiter reduzieren.⁷⁵ Im April 2013, knapp ein Jahr nach seiner Entscheidung, zog der Verlag durchwegs positive Bilanz. Seine Leser und Autoren haben diesen Schritt durch Zustimmung und Loyalität gedankt. Der Verlag sieht weiterhin keinen Schutz vor E-Book-Piraterie durch DRM-geschützte Titel, und kritisiert, dass DRM ehrliche Kunden einem Monopol unterwirft. Dadurch werden Freiheit und Wettbewerb eingeschränkt.⁷⁶

⁷³ Vgl. Books on Demand [Zugriff am 17.11.2014]

⁷⁴ Vgl. boersenblatt.net [2] [Zugriff am 01.12.2014]

⁷⁵ Vgl. Presstext [Zugriff am 31.12.2014]

⁷⁶ Vgl. Warner [Zugriff am 31.12.2014]

Auch von der EU wurde im Jahr 2011 eine Regulierung von E-Book-Formaten angedacht, um die Verwendung von offenen Formaten zu forcieren. Die Nutzer sollten in ihrer Kaufentscheidung unabhängig sein und ihre E-Books von einem beliebigen Anbieter für ein beliebiges Gerät kaufen können. Außerdem sollten die gekauften Inhalte auf andere Endgeräte übertragen werden können. Dies sei sowohl im Interesse der Buchleser, als auch im Interesse kleinerer Anbieter, wie zum Beispiel unabhängiger Buchläden.⁷⁷ Bis Ende 2014 kam diese Regulierung jedoch nicht zustande.

Aber auch in die andere Richtung, nämlich den Kopierschutz für E-Books sicherer zu machen, werden Entwicklungen getätigt. Zum Beispiel wurde an der Technischen Universität Darmstadt ein Kopierschutz für E-Books entwickelt, der die Nachverfolgung unerlaubter Kopien mit einem sogenannten „Text-Wasserzeichen“ ermöglichen soll. Dabei wird der Inhalt des jeweiligen Werks subtil verändert, indem zum Beispiel ein Wort durch sein Synonym ausgetauscht wird, oder die Reihenfolge einer Aufzählung verändert wird. Taucht dieses Werk in einer Tauschbörse auf, könnte man schnell ergründen, wer es in Umlauf gebracht hat. Ob sich die Autoren auf solch ein System einlassen, ist fraglich, da es einen direkten Eingriff in ihr Werk und damit die Gefahr einer möglichen unbeabsichtigten Änderung der inhaltlichen Bedeutung mit sich bringen würde.⁷⁸

2.6 BUCHPREISBINDUNG

Unter der sogenannten Buchpreisbindung versteht man die Verpflichtung der Verlage einen festen Preis für ihre Bücher zu definieren, und die Verpflichtung der kommerziellen Händler, diesen einzuhalten. Diese Bestimmungen sind im Buchpreisbindungsgesetz verankert.⁷⁹ Die Buchpreisbindung soll die Qualität der Meinungs- und Pressefreiheit erhalten und den Verbraucher vor einem reduzierten Buchangebot bewahren. Außerdem sollen diese festgesetzten Mindestpreise zum

⁷⁷ Vgl. Meyer und Kalenda [Zugriff am 31.12.14]

⁷⁸ Vgl. derStandard.at [1] [Zugriff am 03.09.2014]

⁷⁹ Vgl. Lehmanns Media [Zugriff am 31.12.2014]

Erhalt einer intakten Buchhandelslandschaft beitragen.⁸⁰ In Österreich und Deutschland gibt es eine Buchpreisbindung, und diese wird auch auf E-Books angewandt. In Österreich trat die Buchpreisbindung für digitale Bücher allerdings erst im Dezember 2014 in Kraft.⁸¹

2.7 NEUE ASPEKTE DES LESENS

2.7.1 SOCIAL READING

Das Lesen eines Buches zählte bis jetzt zu einer Beschäftigung, bei der man sich zurückziehen kann bzw. bei der man auf sich alleine gestellt ist. Man benötigt keine anderen Personen dafür und ist oft froh, wenn man dadurch der „realen Welt“ für eine Zeit entfliehen kann. Es werden damit Metaphern wie „in einem Buch versinken, in die Geschichte eintauchen, und mich darin vertiefen“ in Zusammenhang gebracht.⁸²

Dies war jedoch nicht immer so. Geschichten wurden früher durch das Erzählen und Besprechen in der Gemeinschaft überliefert.⁸³ Durch das Internet wird diese also erst seit der jüngeren Zeit als intim angesehene Beschäftigung durch die Möglichkeit der Kommunikation und Interaktion mit anderen Personen durchbrochen. Es treffen zwei Entwicklungen des digitalen Zeitalters aufeinander, nämlich einerseits digitalisierte Medieninhalte, wie E-Books, und andererseits das *Social Web*, im Rahmen dessen Internet-Nutzer ihre eigenen Inhalte erstellen, teilen, kommunizieren und diskutieren können. Dadurch wird das Lesen selbst zu einem sozialen Prozess, man spricht auch vom „*vernetzten Lesen*“ oder „*social reading*“.⁸⁴

Dem *social reading* ähnlich sind *book clubs* und Online-Communities. Ersteres sind Lesekreise in denen sich, fernab der digitalen Welt, Personen treffen um Literatur zu besprechen. Die Ergebnisse dieser Versammlungen werden selten dokumentiert und weiterverbreitet. Im Rahmen von Online-Communities findet der Austausch über Literatur im Internet in diversen Foren, sozialen Netzwerken und Blogs statt. Hier

⁸⁰ Vgl. Kernstock und Potyka [Zugriff am 31.12.2014]

⁸¹ Vgl. derStandard.at [8] [Zugriff am 05.01.2015]

⁸² Vgl. Pleimling [Zugriff am 31.12.2014]

⁸³ Vgl. Kreamsberger (2011), S.22

⁸⁴ Vgl. Pleimling [Zugriff am 31.12.2014]

steht die Diskussion einem größeren Personenkreis unabhängig von einem zeitlichen oder örtlichen Treffpunkt zur Verfügung. Außerdem bleibt das Ergebnis dieser Diskussionen im Internet, wenn auch unstrukturiert, gespeichert.⁸⁵

Social reading erfolgt demgegenüber in thematisch fokussierten und strukturierten Foren und Communities. Dem Interessierten bietet sich dadurch die Möglichkeit eines intensiveren, über längere Zeit anhaltenden Austauschs mit anderen Personen, der durch die gegebenen Strukturen auch später noch nachverfolgt werden kann. Außerdem bekommen die Nutzer hier Gelegenheit ihr individuelles Leseverhalten zu dokumentieren, ihre Markierungen und Anmerkungen zu teilen und das von ihnen Gelesene zu beurteilen.⁸⁶

Rund um das *vernetzte Lesen* haben sich natürlich schon einige Plattformen gebildet. Die amerikanische Seite „*goodreads.com*“ zum Beispiel verfügt mittlerweile über zehn Millionen Mitglieder und 360 Millionen katalogisierte Bücher. Auch im deutschsprachigen Raum haben sich einige Online-Communities im Bereich des *social readings* hervorgetan, wie etwa *LovelyBooks*.⁸⁷ Diese Plattform bietet ihren Nutzern, neben den oben genannten Möglichkeiten, einen sogenannten *Social Reading Stream*, im Rahmen dessen man via E-Book die Möglichkeit bekommt, mit anderen Nutzern und auch Autoren zu diskutieren, zu Online-Lesekreisen zu verabreden oder Buchtipps auszutauschen. Leser des gedruckten Buches können diesen Stream kostenlos über das Internet, auch ohne E-Book, verwenden.⁸⁸

Überdies entstehen im Bereich des *social readings* laufend neue Start-up-Unternehmen, wie etwa *Readmill*, *Quote.fm* oder *Sobooks*, mit Ideen und innovativen Entwicklungen rund um das vernetzte Lesen. Dass sich das Überleben in diesem Bereich für die neu gegründeten Unternehmen jedoch schwierig gestaltet, zeigt das Ende der Dienste von *Readmill* nach bereits drei Jahren. Das Unternehmen wurde vom Filehoster *Dropbox* aufgekauft. *Readmill* wurde im Oktober 2010 gegründet und brachte eine Lese-App auf den Markt, die eine zeitgleiche Verbindung des Lesevorgangs mit der Diskussion über das gerade gelesene Buch ermöglichte. Die

⁸⁵ Vgl. Pleimling [Zugriff am 31.12.2014]

⁸⁶ Ebenda

⁸⁷ Ebenda

⁸⁸ Vgl. Kreamsberger (2011), S.22

Nutzer konnten also zum Beispiel Markierungen im Text vornehmen, die unmittelbar danach von allen anderen Mitgliedern betrachtet und kommentiert bzw. auch in sozialen Netzwerken, wie etwa Facebook, geteilt werden konnten.⁸⁹ Auch *Quote.fm* wurde aufgrund von Geldmangel verkauft, die Dienste des Unternehmens werden jedoch vom neuen Eigentümer weiter angeboten. Bei *Quote.fm* geht es um den Austausch von qualitativ hochwertigen Onlinetexten, die Nutzer des Dienstes anderen Nutzern empfehlen.⁹⁰

Mit *Sobooks* kam 2014 eine neue Plattform auf den Markt. Sie startete bereits im Oktober 2013 mit einer Closed-Beta-Phase, und wurde im Oktober 2014 im Rahmen der Leipziger Buchmesse eröffnet. *Sobooks* kombiniert browserbasiert Community, Lesesoftware und E-Book-Shop.⁹¹ Der Leser soll auf dieser Plattform in einem glatten Prozess kaufen, lesen, teilen und diskutieren können.⁹²

Social reading eröffnet natürlich auch für Autoren neue Möglichkeiten. Sie können nun etwa unmittelbar mit ihren Lesern in Kontakt treten bzw. unmittelbar erfahren, wie Leser über ihr geschriebenes Werk denken.

2.7.2 DER GLÄSERNE LESER

Die Verwendung von E-Books und die damit verbundenen *social reading* Möglichkeiten bringen für Leser nicht nur Vorteile mit sich, sondern legen auch eine neue Form der Überwachung an den Tag. Was vielen Käufern digitaler Bücher nicht bewusst ist, ist die Tatsache, dass sie mit ihrer Zustimmung der Nutzungsbedingungen beim Kauf eines E-Books, Verlagen und Autoren das Recht einräumen, Daten über das Leseverhalten zu beschaffen.⁹³

War das Lesen eines Buches bis jetzt eine persönliche, intime Angelegenheit, in die kein Außenstehender Einblick hatte, gibt man mit der Verwendung von E-Books einige Informationen von sich preis. Der Leser war bis jetzt etwas Unerforschtes,

⁸⁹ Vgl. Pleimling [Zugriff am 31.12.2014]

⁹⁰ Vgl. Weigert [Zugriff am 31.12.2014]

⁹¹ Vgl. Steier [Zugriff am 31.12.2014]

⁹² Vgl. Hell [Zugriff am 31.12.2014]

⁹³ Vgl. Fritzsche [Zugriff am 04.10.2014]

doch nun wissen Verlage und Autoren unter anderem, wann man mit dem Lesen eines Buches beginnt, an welchen Stellen man anhält, wie lange man durchschnittlich liest, und vieles mehr. Bei der Erscheinung von Büchern am Markt, wussten Autoren und Verlage bis jetzt nicht genau, ob, und wie das Buch bei den Lesern ankommt. Nun wird versucht, die gewonnen Informationen über den Leser und deren Interessen zu nutzen. Es werden bereits Bücher im Sinne der Leser geschrieben. Es stellt sich jedoch die Frage, wohin diese Entwicklung führt und wie es sich auf die Literatur auswirkt, wenn jeder das Buch mit dem Protagonisten bekommt, den er sich erwünscht hat.⁹⁴

3. MARKTDURCHDRINGUNG VON E-BOOKS IN DEN USA

Wie bei vielen anderen Produkten auch, ist der nordamerikanische Markt Vorreiter im Bereich E-Books und E-Reader. Die Entwicklung auf dem europäischen Markt geht weitaus schleppender voran, als sich das Experten mit Blick nach Amerika vorgestellt hatten. Hier konnte seit den E-Book Anfängen ein enormes Wachstum verzeichnet werden. Dieses Wachstum ist eng mit dem Aufstieg eines mittlerweile weltbekannten Unternehmens verbunden: *Amazon*.

Dass der amerikanische E-Book-Markt nach Meinung mancher Experten 2-3 Jahre in seinem Wachstum vor dem des europäischen Marktes liegt, hat neben dem, vor allem in Amerika, bedeutsamen Aufstieg von *Amazon* noch andere Gründe. Zum einen sind die technischen Neuheiten, wie die neuesten digitalen Lesegeräte, einige Zeit bevor sie in Europa erhältlich sind, schon in Amerika zu erwerben. Und mit ihnen gab es in Amerika von Beginn an eine wesentlich größere Anzahl an verfügbaren E-Books als zum Beispiel in Deutschland oder Österreich. Ein anderer Grund ist wahrscheinlich die in Deutschland und Österreich geltende Buchpreisbindung, die auch bei E-Books Anwendung findet, und die Preise von E-Books hochhalten.

⁹⁴ Vgl. Fritzsche [Zugriff am 04.10.2014]

So ist es im Gegensatz dazu in den USA bei digitalen Büchern in den letzten vier Jahren zu einem enormen Preisverfall gekommen. Kostete ein E-Book 2009 noch durchschnittlich USD 10,90 waren es 2013 nur mehr USD 5,65.⁹⁵

Das folgende Kapitel beinhaltet einen Überblick über den nordamerikanischen E-Book-Markt, mit einer näheren Betrachtung der Umsatzentwicklungen der letzten beiden Jahre, einer Analyse des nordamerikanischen E-Book-Lesers und der Vorstellung des Unternehmens *Amazon*.

3.1 UMSATZENTWICKLUNG AUF DEM AMERIKANISCHEN MARKT

3.1.1 UMSATZENTWICKLUNG IM JAHR 2012

Für die Entwicklungen des Umsatzes auf dem Buch- und E-Book-Markt gibt es vor allem im nordamerikanischen Raum zahlreiche Studien. Studien sind jedoch nicht immer aussagekräftig und oftmals kommen sie zu unterschiedlichen Ergebnissen. Die hier angeführten sind von renommierten Unternehmen, die annähernd gleiche Ergebnisse für den amerikanischen Buchmarkt liefern. Grundsätzlich ist zu erkennen, dass sich auch in den USA das exponentielle Wachstum des E-Book-Marktes, das seit Beginn des Durchbruches vorgeherrscht hat, mit Anfang des Jahres 2013 eingestellt hat, und sich die Wachstumskurve einem Plateau angenähert hat.

Die international tätige Unternehmensberatung *A. T. Kearney* hat in einer Studie zum weltweiten E-Book-Markt 40 Interviews in 19 Ländern mit Verlegern und Buchhändlern geführt und Daten aus öffentlich verfügbaren Quellen ausgewertet. Das Unternehmen berichtet in dieser Studie von einem weltweiten Umsatz des E-Book-Marktes im Jahr 2012 von EUR 3,5 Milliarden. Der Großteil dieses Umsatzes entfällt auf Nordamerika mit EUR 2,5 Milliarden, gefolgt von Europa mit EUR 540 Millionen und Asien mit EUR 440 Millionen. 95 % der E-Book-Umsätze des nordamerikanischen Gesamtmarktes entfielen dabei auf die USA, und 5 % auf

⁹⁵ Vgl. Buchreport [6] [Zugriff am 02.12.2014]

Kanada. Die E-Book-Penetration liegt in Nordamerika bei 23 – 24 %, in Südamerika unter 0,1 %.⁹⁶

Die Unternehmensberatung *PricewaterhouseCoopers (PwC)* wartet mit ähnlichen Zahlen auf. Sie gibt für das Jahr 2012 einen Umsatz des gesamten nordamerikanischen Buchhandels von USD 15,2 Milliarden (ca. EUR 13,6 Milliarden) an, was einem Minus von 1,3 % im Vergleich zum Vorjahr entspricht. Auf E-Books entfällt davon ein Umsatz von USD 3,35 Milliarden (ca. EUR 2,99 Milliarden).⁹⁷

Auch die Analysten von *BookStats*, einem Joint Venture-Projekt der *Association of American Publishers (AAP)*, dem nationalen Fachverband der amerikanischen Buchverlagsbranche, und der *Book Industry Study Group (BISG)* kamen mit einer anderen Berechnungsmethode auf einen Umsatz für den gesamten Buchhandel im Jahr 2012 von USD 15,05 Milliarden (ca. EUR 13,44 Milliarden), allerdings ergibt sich bei ihren Berechnungen ein Umsatzplus von 6,9 % im Vergleich zum Vorjahr. E-Books erwirtschafteten auch hier einen annähernd gleichen Umsatz von USD 3,04 Milliarden (ca. EUR 2,72 Milliarden).⁹⁸

Laut einer repräsentativen Konsumentenumfrage des amerikanischen Branchenanalysten *Bowker* ist der Anteil des Online-Buchhandels am Gesamtumsatz des Buchmarktes von 25 % im Jahr 2010 auf 44 % im Jahr 2012 gestiegen. Dieses Plus soll laut *Bowker* primär die Folge der Insolvenz des Filialisten *Borders* im Jahr 2011 sein.⁹⁹ Denn schon im Juli 2011 löste die Insolvenz der zweitgrößten amerikanischen Buchhandelskette weltweites Entsetzen in der Buchbranche aus. Der Buchriese war wohl neben der chronischen Liquiditätsschwäche vor allem auch aufgrund der verschlafenen Digitalisierung zu Grunde gegangen. 400 Buchhandlungen mussten geschlossen und 10.700 Mitarbeiter entlassen werden.¹⁰⁰ Die Auswirkungen dieser Entwicklungen spüren vor allem die Buchhandelsketten, deren Marktanteil sich in den USA von 32 % auf 19 % verringert hat. Betrachtet man die Verkaufszahlen von Büchern, ist auch hier ein deutlicher Wandel hin zum

⁹⁶ Vgl. Buchreport [3] [Zugriff am 13.10.2014]

⁹⁷ Vgl. Hazard Owen [Zugriff am 30.12.2014]

⁹⁸ Ebenda

⁹⁹ Vgl. El-Heliebi [Zugriff am 31.12.2014]

¹⁰⁰ Vgl. Buchreport [1] [Zugriff am 01.10.2014]

digitalen Buch zu sehen. In den USA betrug der Anteil der E-Book-Verkäufe am gesamten Buchverkauf im November 2012 bereits 28 %.¹⁰¹

3.1.2 UMSATZENTWICKLUNG IM JAHR 2013

Der bis 2012 anhaltende Trend des exponentiellen Umsatzwachstums am E-Book-Markt dürfte mit dem ersten Halbjahr 2013 vorbei sein. Laut einem Umsatzbericht der *Association of American Publishers* gab es im ersten Halbjahr 2013 einen Rückgang der absoluten Umsätze. Die Zahlen beruhen auf einer Befragung von 1.196 Verlagen.¹⁰²

Die Umsatzzahlen des gesamten Buchmarktes sind demnach um 6 % gegenüber dem ersten Halbjahr 2012 gefallen, im E-Book-Sektor beträgt das Defizit 3,6 %. Dies ist vor allem dem Bereich der Kinder- und Jugendbücher zuzuschreiben, in dem man insgesamt ein Minus von 22,1 %, im digitalen Bereich sogar 45,6 % im Vergleich zum Vorjahr verzeichnet. Anhand dieser Entwicklung sieht man, wie trendabhängig die Umsatzzahlen am Publikumsmarkt sind, denn der Grund für den enormen Rückgang dürfte der Hype um die Trilogie „*The Hunger Games*“ (deutsch: Die Tribute von Panem) von Suzanne Collins sein, deren erster Filmteil im März 2012 einen Ansturm auf die gleichnamigen Bücher auslöste. Der zweite Teil erschien allerdings erst im November 2013.¹⁰³

Die digitalen Sektoren Belletristik und Sachbuch für Erwachsene zeigen ein Umsatzplus von 4,8 %, die Umsatzzahlen des digitalen Bereichs der religiösen Bücher stiegen sogar um 5,5 % im Vergleich zum Vorjahr. Der Marktanteil von E-Books ist trotz des absoluten Umsatzverlustes weiter gewachsen, da sich hier der Umsatzrückgang weniger bemerkbar machte, als bei den klassischen Büchern.¹⁰⁴

Auch die Studie „*Global eBook – A report on market trends and developments*“ von Rüdiger Wischenbart, in der unter anderem die Entwicklungen der E-Book-Märkte in

¹⁰¹ Vgl. El-Heliebi [Zugriff am 31.12.2014]

¹⁰² Vgl. Tesar [Zugriff am 31.12.2014]

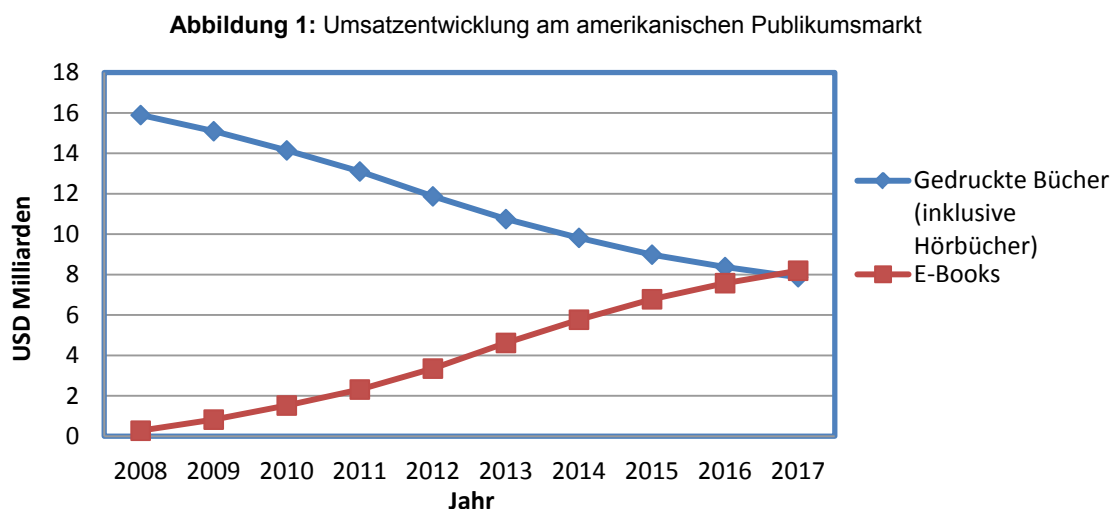
¹⁰³ Ebenda

¹⁰⁴ Ebenda

den USA und Europa analysiert werden, berichtet von einem Abflachen der Wachstumskurve¹⁰⁵ und von einem Umsatzanteil der E-Books in den USA im Jahr 2013 am gesamten Buchmarkt von 13 % und am Publikumsmarkt von 21 %.¹⁰⁶

3.1.3 ZUKUNFTSPROGNOSEN

Noch haben E-Books den Markt der gedruckten Bücher nicht überholt, doch dies soll sich, wie in Abbildung 1 ersichtlich, nach den Vorhersagen von PwC bald ändern. Die PwC-Marktforscher prognostizierten im Jahr 2012 für das Jahr 2017, dass die Umsätze des amerikanischen E-Book-Marktes die des Marktes der gedruckten Bücher übertreffen werden. Der digitale Publikumsmarkt (ohne Bildungs- und Wissenschaftsbereich) soll demnach mit Umsätzen von USD 8,2 Milliarden (ca. EUR 7,3 Milliarden) im Jahr 2017 den Printmarkt (einschließlich Hörbücher) mit geschätzten Umsätzen von USD 7,9 Milliarden (ca. EUR 7,1 Milliarden) überholen.¹⁰⁷



Quelle: Eigene Darstellung nach Hazard Owen [Zugriff am 30.12.2014]

Wachstumstreiber soll laut PwC vor allem das Internet sein. Die Analysten schätzen, dass im Jahr 2017 ca. 54 % der Haushalte weltweit über einen mobilen Internetzugang verfügen werden.¹⁰⁸

¹⁰⁵ Vgl. boersenblatt.net [14] [Zugriff am 05.01.2015]

¹⁰⁶ Vgl. boersenblatt.net [13] [Zugriff am 05.01.2015]

¹⁰⁷ Vgl. Hazard Owen [Zugriff am 30.12.2014]

¹⁰⁸ Vgl. boersenblatt.net [6] [Zugriff am 31.12.2014]

3.2 DER U.S.-AMERIKANISCHE E-BOOK-MARKT

Mit dem Aufkommen von E-Books hat sich eine neue Lesergruppe hervorgetan. Um ihre Marketingaktivitäten besser planen und ausführen zu können, ist es für viele Verlage und Händler wichtig, den Leser genau zu kennen, um auf seine Bedürfnisse eingehen zu können. Der typische E-Book-Leser ist in den meisten Köpfen ein junger, gut verdienender, gebildeter, technikaffiner Mann. Dass diese Eigenschaften, zumindest im U.S.-amerikanischen Raum, nicht mehr hundertprozentig zutreffen, hat die Analyse von *Princeton Survey Research Associates International* ergeben.

Das renommierte amerikanische Forschungszentrum *Pew Research Centre* hat im Jänner 2014 interessante Fakten zum amerikanischen Buchmarkt präsentiert. Die Studie wurde von *Princeton Survey Research Associates International* mit einem Sample von 1.005 U.S.-Amerikanern, die über 18 Jahren sind, durchgeführt.¹⁰⁹

Wie Abbildung 2 zeigt, gaben dabei 76 % der Befragten an, dass sie innerhalb des letzten Jahres zumindest ein Buch gelesen haben, unabhängig vom Format. 69 % haben ein gedrucktes Buch gelesen, 28 % ein E-Book und 14 % hörten ein Hörbuch.¹¹⁰ Durchschnittlich hat der amerikanische Erwachsene 12 Bücher innerhalb des letzten Jahres gelesen.¹¹¹

3.2.1 DER U.S.-AMERIKANISCHE E-BOOK-LESER

Weiter ist in Abbildung 2 ersichtlich, dass auch in den USA, wie im deutschsprachigen Raum, vor allem Frauen Vielleser sind. 69 % der befragten Männer und 82 % der befragten Frauen haben innerhalb des letzten Jahres zumindest in einem Buch geschmökert. Außerdem konnte festgestellt werden, dass Personen mit höherem Einkommen und einer höheren Schulbildung mehr lesen. In Bezug auf das Alter lassen sich kaum Unterschiede in der Lesehäufigkeit ausmachen.¹¹²

¹⁰⁹ Vgl. Zickuhr und Rainie [1] [Zugriff am 29.10.2014]

¹¹⁰ Vgl. Zickuhr und Rainie [3] [Zugriff am 29.10.2014]

¹¹¹ Vgl. Zickuhr und Rainie [1] [Zugriff am 29.10.2014]

¹¹² Vgl. Zickuhr und Rainie [3] [Zugriff am 29.10.2014]

Dabei ist überraschend, dass Frauen auch im Bereich der digitalen Bücher vor den Männern liegen. 33 % der Frauen haben in den vergangenen 12 Monaten zumindest ein E-Book gelesen, bei den Männern sind es nur 23 %. Beim digitalen Buchformat sind auch die Unterschiede in Bezug auf Einkommen, Schulbildung und Alter gravierender. Auch hier steigt der Anteil der Leser mit dem Einkommen und der schulischen Laufbahn, und sinkt der Anteil mit zunehmendem Lebensalter. So lesen zum Beispiel 37 % der 18 bis 29 Jährigen ein digitales Buch, wo hingegen es nur mehr 12 % in der Altersgruppe 65+ sind.¹¹³

Abbildung 2: Demographische Daten in Bezug auf das Buchformat
(angegeben in %)

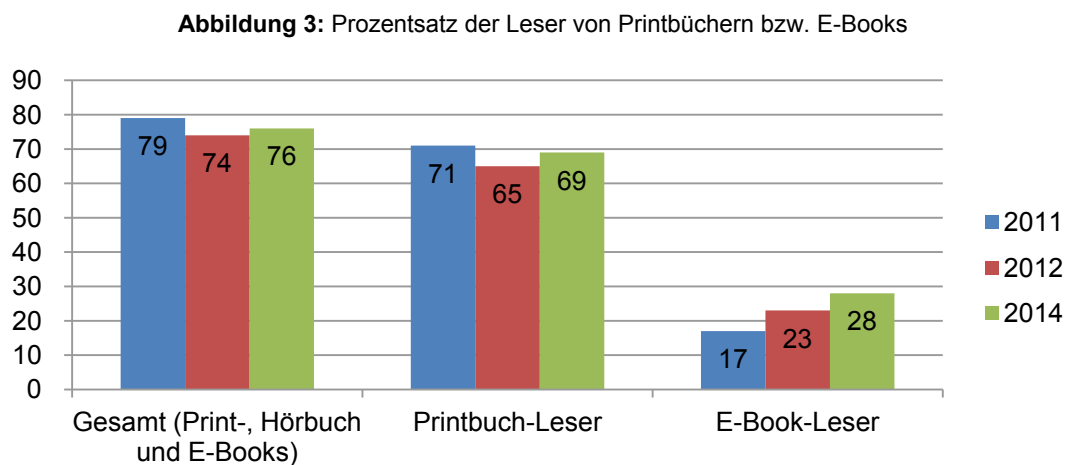
	Gesamt	Gedrucktes Buch	E-Book	Hörbuch
Gesamt	76	69	28	14
männlich	69	64	23	14
weiblich	82	74	33	15
Rasse / Volkszugehörigkeit				
Weißer	76	71	29	14
Schwarze	81	75	30	19
Hispano-Amerikaner	67	56	16	14
Alter				
18-29	79	73	37	15
30-49	75	66	32	16
50-64	77	71	27	16
65+	70	66	12	10
Bildungsniveau				
Highschool oder weniger	64	57	14	10
College	83	78	32	15
Hochschulabsolvent(in)	88	78	45	21
Haushaltseinkommen				
< USD 30.000	68	63	14	12
USD 30.000 – USD 49.999	75	70	28	16
USD 50.000 – USD 74.999	85	78	42	19
USD 75.000 +	83	74	46	14
Wohngebiet				
Stadt	77	71	29	15
Vorstadt	75	67	31	14
Land	76	72	18	14

Quelle: Eigene Darstellung nach Zickuhr und Rainie [3] [Zugriff am 29.10.2014]

¹¹³ Vgl. Zickuhr und Rainie [3] [Zugriff am 29.10.2014]

Weitere Abweichungen bezüglich des Formates gibt es im Stadt- bzw. Vorortgebiet gegenüber dem ländlichen Bereich. Von den Befragten, die am Land leben, gaben nur 18 % an, innerhalb des Vorjahres ein E-Book gelesen zu haben, bei denjenigen die in der Stadt bzw. im Vorort wohnen, sind es 29 % bzw. 31 %.¹¹⁴

Die Ergebnisse, wie in Abbildung 3 ersichtlich, zeigen weiter, dass der Anteil der Amerikaner, die digitale Bücher lesen, in den letzten Jahren gestiegen ist, einige wenige haben klassische Bücher generell durch die digitale Version ersetzt. Der Prozentsatz jener, die ein E-Book innerhalb des letzten Jahres gelesen haben, ist von 17 % im Jahr 2011 auf 28 % im Jahr 2014 gestiegen.¹¹⁵



Quelle: Eigene Darstellung nach Zickuhr und Rainie [1] [Zugriff am 29.10.2014]

Obwohl E-Books immer beliebter werden, bleiben klassische Bücher aber die Grundlage der amerikanischen Lesegewohnheiten. Die meisten Befragten, die E-Books lesen, lesen auch gedruckte Bücher, nur 4 % haben sich ausschließlich auf digitale Bücher festgelegt. Fans von Hörbüchern dagegen haben die vielfältigsten Lesegewohnheiten, während nur einige wenige Leser von klassischen Büchern auf andere Formate zurückgreifen.¹¹⁶

¹¹⁴ Vgl. Zickuhr und Rainie [3] [Zugriff am 29.10.2014]

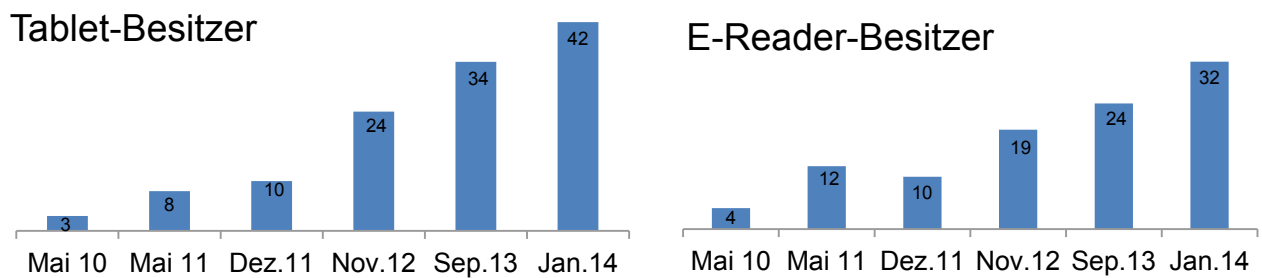
¹¹⁵ Vgl. Zickuhr und Rainie [1] [Zugriff am 29.10.2014]

¹¹⁶ Ebenda

3.2.2 LESEGERÄTE

Diese im Jänner 2014, also nach den Weihnachtstagen, durchgeführte Umfrage, zeigt, wie in Abbildung 4 ersichtlich, dass E-Book-Reader bei der amerikanischen Bevölkerung immer beliebter werden. Waren es im September 2013 noch ca. 24 % der amerikanischen Erwachsenen, die ein Lesegerät besitzen, so stieg der Anteil nach den Weihnachtsfeiertagen auf ca. 32 % an. Auch die Anzahl der Tablet-PC-Besitzer stieg im gleichen Zeitraum von 34 % auf 42 %.¹¹⁷ 50 % der amerikanischen Erwachsenen haben entweder einen Tablet-PC oder einen E-Reader, oder verfügen über beides.¹¹⁸

Abbildung 4: Prozentueller Vergleich der Tablet- und E-Reader-Besitzer



Quelle: Eigene Darstellung nach Zickuhr und Rainie [2] [Zugriff am 29.10.2014]

Die Tatsache, dass der Anteil von Tablet-PCs in der amerikanischen Bevölkerung in den letzten Jahren kontinuierlich gestiegen ist, zeigt sich auch in ihrer Verwendung beim Lesen. Waren es 2011 noch 23 % der E-Book-Leser, die für das Lesen Tablets verwendet haben, so sind es Anfang 2014 bereits 55 %. Somit haben sie E-Reader beinahe eingeholt, deren Anteil Anfang 2014 bei 57 % lag. Diese Entwicklung ist in Abbildung 5 dargestellt.¹¹⁹

Die meisten Leser von E-Books, die einen Tablet-PC oder einen E-Reader besitzen, verwenden diesen auch dazu um digitale Bücher zu lesen. Doch diejenigen, die auch

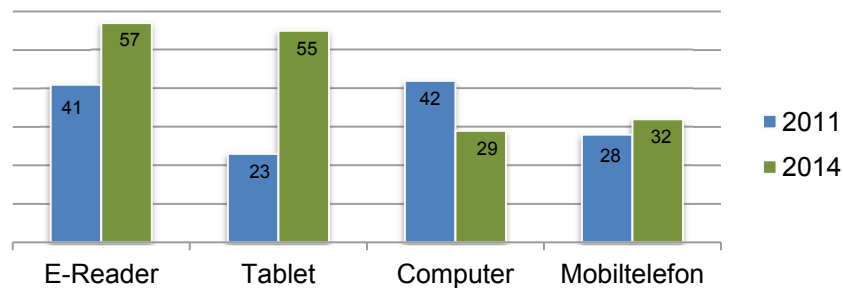
¹¹⁷ Vgl. Zickuhr und Rainie [1] [Zugriff am 29.10.2014]

¹¹⁸ Vgl. Zickuhr und Rainie [2] [Zugriff am 29.10.2014]

¹¹⁹ Vgl. Zickuhr und Rainie [1] [Zugriff am 29.10.2014]

über einen Computer (75 % der Befragten) und/oder Mobiltelefone (92 % der Befragten) verfügen, haben auch gelegentlich diese Geräte zum Lesen im Einsatz.¹²⁰

Abbildung 5: Prozentueller Vergleich unterschiedlicher Lesegeräte von E-Book-Lesern



Quelle: Eigene Darstellung nach Zickuhr und Rainie [3] [Zugriff am 29.10.2014]

Im Rahmen der Umfrage wurden auch soziodemographische Daten der Besitzer von Lesegeräten erhoben. Dabei zeigte sich, dass U.S.-amerikanische E-Reader-Besitzer eher weiß und im Alter zwischen 30 und 64 Jahren sind. Außerdem verfügen sie zumindest über College-Erfahrungen. Diejenigen, die einen Tablet-PC besitzen, sind meist jünger als 50 Jahre, verfügen über eine höhere Schulausbildung und sind wohlhabender – beinahe 2/3 der Befragten, die in einem Haushalt mit einem jährlichen Einkommen von über USD 75.000 leben, besitzen einen Tablet-PC.¹²¹

3.3 AMAZON

Das amerikanische Unternehmen *Amazon* hat sich in den letzten Jahren zu einem Online-Giganten entwickelt, der maßgeblich mit der Geschichte von E-Books und E-Book-Readern verbunden ist. Durch seine außergewöhnlichen Expansions- und Preisstrategien steht es oftmals in den Medien und im Mittelpunkt der Kritik von Verlagen und Buchhändlern. Denn *Amazon* lässt seine Marktteilnehmer oft verzweifeln und das führte schon sehr früh dazu, dass das Unternehmen von seinen

¹²⁰ Vgl. Zickuhr und Rainie [1] [Zugriff am 29.10.2014]

¹²¹ Vgl. Zickuhr und Rainie [2] [Zugriff am 29.10.2014]

Kunden geliebt und seinen Konkurrenten verachtet wurde. Vor allem im Bereich der Bücher hat das Unternehmen viele Kritiker, und es stellen sich viele die berechnigte Frage, welche Auswirkungen *Amazons* Politik auf den stationären Buchhandel, aber auch auf die großen Buchhandelsketten hat bzw. haben wird. Auch für viele Online-Buchhändler gestaltet sich das Überleben am E-Book-Markt neben dem Online-Giganten als schwierig. In diesem Abschnitt soll das viel umstrittene Unternehmen und dessen Aufstieg näher betrachtet werden.

3.3.1 AMAZONS AUFSTIEG

„Ich suchte nach etwas, das sich nur im Internet machen ließ und nicht in der physischen Welt kopierbar war.“¹²²

Dieses Ziel hatte sich Jeff Bezos, der Gründer von *Amazon*, gestellt, als er vom Aufkommen und der Wachstumsrate des Internets erfuhr. Und er hatte seine Antwort schnell gefunden, in einem vertrauten Produkt, das über einen großen Markt und das erforderliche Online-Potenzial verfügte: Bücher.¹²³

Also gründete er im November 1994 das Unternehmen *amazon.com*¹²⁴, einen Online-Buchhandel. Die Vision von Jeff Bezos war es von Beginn an, den Kunden ins Zentrum zu stellen, und das weltweit kundenorientierteste Unternehmen zu werden. Seine Kunden sollten auf *Amazon* all das finden und entdecken, was sie online kaufen wollen. Und das natürlich zum günstigsten Preis.¹²⁵

Als das Unternehmen am 16. Juli 1995 mit drei Angestellten, der neuesten Technologie und einem gut durchdachten Design online ging, umfasste die Buchdatenbank über eine Million Titel. Der Zeitpunkt des Internetetrtritts war ideal, da das Internet gerade populär wurde, jedoch die Konkurrenz noch nicht zahlreich vertreten war. Vor allem das Fehlen der großen Buchhandelsketten verhalf *Amazon*

¹²² Vgl. Brandt (2012), S. 49

¹²³ Ebenda, S. 49 ff.

¹²⁴ Ebenda, S. 7

¹²⁵ Vgl. Amazon [1] [Zugriff am 31.12.2014]

zu einem beachtlichen Wettbewerbsvorteil. Am Ende des Jahres 1995 hatte sich die Zahl der Internetnutzer auf 16 Millionen vervielfacht.¹²⁶

Im Oktober 1995 wurden bei *amazon.com* erstmals 100 Buchverkäufe an einem Tag registriert, nach nicht einmal einem Jahr waren es 100 Buchverkäufe in einer Stunde. Im Mai 1997 ging mit der Buchhandelskette *Barnes & Noble* ein großer Konkurrent online, aber *Amazon* war gut darauf vorbereitet. Die Webseite wurde laufend mit neuen Features versehen, wie etwa Zusatzinformationen und Rezensionen zu bestimmten Büchern, sowie Buch-Empfehlungen auf Basis der bisherigen Bestellungen. *Amazon*-Kunden bekamen auf der Webseite also das, was bisher nur Stammkunden kleiner Buchhandlungen für sich beanspruchen konnten. Doch Jeff Bezos wollte mehr. Er wollte seinen Kunden etwas Einzigartiges bieten, etwas, das sie nicht beim stationären Buchhandel bekamen. Und so führte er zusätzlich die Kundenrezensionen ein, wodurch sich die Webseite bald weiter zu einem sozialen Netzwerk für Buch-Fans entwickelte. Außerdem ließ sich *Amazon* sein Partnerprogramm patentieren, im Rahmen dessen, Nutzer auf ihrer eigenen Webseite Links zu *amazon.com* erstellen können, und eine Provision erhalten, wenn dadurch bei *Amazon* eingekauft wird.¹²⁷

Im Jänner 1997 berichtete Jeff Bezos der *New York Times*, dass *Amazon* nicht rentabel ist. Er zog es vor in die Zukunft des Unternehmens, also in Mitarbeiter, neue Räumlichkeiten, Technologien, und Marktmöglichkeiten zu investieren, als Gewinne auszuweisen. Am 14. Mai 1997 ging *amazon.com* mit einem Firmenwert von USD 429 Millionen an die Börse. Ein Jahr danach wurden die Aktien für USD 105 gehandelt, was einem Wertansatz von USD 5 Milliarden gleichkam, und den Wert von *Barnes & Noble* und *Borders* zusammen übertraf.¹²⁸

Sein Vorgehen, um die großen Buchhandelsketten vom Internet-Einstieg abzuhalten, wie etwa eine Rabatt-Aktion von bis zu 40 % für 400.000 Büchern, bescherten Jeff Bezos schon damals Kritik und oft auch den Gang vor die Gerichte. Doch der enorme

¹²⁶ Vgl. Brandt (2012), S. 65 ff.

¹²⁷ Ebenda, S. 84 ff.

¹²⁸ Ebenda, S. 94 ff.

Wiedererkennungswert und die wachsenden Umsätze schienen ihm recht zugeben. *Amazon* war zum Internetstar avanciert.¹²⁹

Im September 1997 wurde die 1-Click- Bestellung eingeführt und fünf Monate später das Advantage-Programm. Im Rahmen des Advantage-Programms wurde es unabhängigen kleinen Buchläden ermöglicht, ihre Bücher über die Webseite von *Amazon* zu verkaufen. In dieser Zeit konzentrierte sich Jeff Bezos vermehrt auf das Marketing von *Amazon*, indem er Anzeigenkampagnen sowohl online, als auch in großen Zeitungen, im Radio und über die Kabelnachrichtensender schaltete. Dies führte dazu, dass er bis Mitte 1998 über USD 26 Millionen innerhalb von drei Monaten nur für Werbung verbraucht hatte. Und auch in Innovationen, die die Webseite verbessern sollten, wurde weiterhin viel Kapital investiert.¹³⁰

Im Juni 1998 begann *Amazon* seine Produktpalette zu erweitern, was von vielen mit großer Skepsis beobachtet wurde. Das Unternehmen verkaufte von da an Musik-CDs mit Rabatten von bis zu 40 %. Auch in diesem Bereich wurden Rezensionen, Bestsellerlisten, Musiknachrichten und Empfehlungen angeboten.¹³¹ Um sein Warenangebot um DVDs zu erweitern, erwarb Jeff Bezos im April 1998 das Unternehmen *Internet Movie Database*. Dies war sein erster Firmenaufkauf, viele weitere folgten.¹³² 1998 begann auch die Expansion über die Grenzen der Vereinigten Staaten hinaus, und die ersten Webseiten von *Amazon* in Großbritannien und Deutschland gingen online.¹³³

Bis Ende 1998 arbeiteten rund 1.600 Mitarbeiter für *Amazon*, die einen Jahresumsatz von USD 375.000 pro Kopf erwirtschafteten. Im Vergleich dazu kamen die 27.000 Mitarbeiter von *Barnes & Noble* auf nicht einmal ein Drittel davon. *Amazons* Umsatz hatte sich seit 1995 im Durchschnitt alle 2,4 Monate verdoppelt und verzeichnete bis Ende 1998 immer noch ein jährliches Wachstum von über 300 %.¹³⁴

¹²⁹ Vgl. Brandt (2012), S. 95 f.

¹³⁰ Ebenda, S. 98 ff.

¹³¹ Ebenda, S. 107 ff.

¹³² Ebenda, S. 111

¹³³ Ebenda, S. 113

¹³⁴ Ebenda, S. 107

Doch nicht alle Praktiken und Innovationen, die Jeff Bezos auf seiner Plattform einführte, waren ein Erfolg. Um zum Beispiel mit eBay in Konkurrenz zu treten, stellte er im März 1999 *Amazon Auctions* online, was sich jedoch bald als Misserfolg herausstellte.¹³⁵

Doch von solch kleinen Tiefschlägen ließ sich Jeff Bezos nicht aufhalten, und investierte 1999 in zahlreiche Unternehmen und stieß in neue Branchen vor. Im Juli 1999 etwa begann er mit Direktverkäufen von Unterhaltungselektronik, Spielwaren und Spielen. Im November desselben Jahres wurden mit den *zShops* auf *Amazon* eine Möglichkeit für Unternehmen wie auch Privatleute geschaffen, über eine eigene Webseite Verkäufe (abzüglich einer Provision für *Amazon*) durchzuführen. Die *zShops* waren die Vorläufer von *Amazon Marketplace*.¹³⁶ Jeff Bezos wollte sicherstellen, dass *amazon.com* die erste Adresse war, an die beim Einkaufen gedacht wurde, auch wenn die Verkäufe durch andere Unternehmen durchgeführt wurden:¹³⁷

*„Wir müssen nicht zwingend diejenigen sein, die all diese Sachen verkaufen. Wir helfen den Leuten auch, Dinge zu finden, die woanders im Web angeboten werden.“*¹³⁸

Eine Investition, von der Jeff Bezos eigentlich absehen wollte, war die in neue Lagerräume. Doch mit dem Wachstum des Unternehmens musste er seine Lager in Seattle um 70 % vergrößern und ein neues Vertriebszentrum bauen. Damit konnte er seine Lagerkapazität um das sechsfache, auf 300.000 Bücher, erhöhen. Bis Ende 1999 war Jeff Bezos auch ins Vertriebsgeschäft eingestiegen, und das Unternehmen verfügte mittlerweile über fünf Hightech-Lager mit computergesteuerter Verwaltung, wodurch die Lager- und Versandkapazität weiter auf ca. 251.000 m² vergrößert wurde.¹³⁹ Unterdessen war bis 1999 auch die Mitarbeiterzahl auf 5.000 gestiegen, das Unternehmen machte einen Umsatz von USD 1,5 Milliarden und gab rund USD 2

¹³⁵ Vgl. Brandt (2012), S. 113

¹³⁶ Ebenda, S. 115 f.

¹³⁷ Ebenda, S. 112

¹³⁸ Ebenda, S. 112

¹³⁹ Ebenda, S. 102 ff.

Milliarden aus.¹⁴⁰ Jeff Bezos Strategie war es, den Kunden das zu geben, was sie wollten, und die Konkurrenz mit immer neuen Innovationen abzuhängen.¹⁴¹

Nachdem der Aktienkurs von *Amazon* 1999 trotz Ausbleiben von Gewinnen und einem Verlust von USD 720 Millionen einen weiteren Höhenflug erlebt hatte, kam im Frühjahr 2000 der Zusammenbruch. *Amazons* Umsätze stiegen im Jahr 2000 nicht mehr in gewohnter Weise, sondern nur mehr um 68 % auf USD 2,8 Milliarden. Zudem kam ein Verlust von USD 1,4 Milliarden.¹⁴² Der Wert der Aktie sank zwischen Mitte Dezember 1999 und Ende 2000 um 90 % und erreichte einen Tiefpunkt von USD 15. Jeff Bezos versuchte mit Mitarbeiterentlassungen, neuen Managern und strafferen Budgetvorgaben entgegen zu lenken. Sein altes Ziel „schnell groß werden“ wich seiner neuen Absicht „Gewinne zu machen“, was ihm jedoch nicht davon abhielt, seine Expansion in neue Bereiche des Einzelhandels fortzuführen, und neue Produkte ins Sortiment aufzunehmen.¹⁴³ Im vierten Quartal 2001 konnte er einen Nettogewinn nach sämtlichen Kosten von USD 5 Millionen ausweisen.¹⁴⁴

Im Juli 2002 startete „*Amazon Web Services*“, und Programmierer fingen an, neue Webseiten mit Original-Features zu konstruieren, die *Amazon* neue Käufer schickten. Etwa zwei Jahre später nutzten bereits 65.000 Entwickler das Programm und *Amazon* konnte über zehn Millionen Anfragen registrieren.¹⁴⁵ Da dieser Bereich ständig im wachsen ist, musste das Unternehmen eigene Gebäude mit einer Größe von ca. 65.000 m² errichten lassen, um die Rechner unterzubringen.¹⁴⁶

3.3.2 AMAZONS KINDLE

Ein bedeutender Punkt in der Geschichte von *Amazon* folgte im November 2007 mit der Markteinführung seines eigenen Lesegeräts *Kindle*. Bereits 2004 wurde mit dessen Entwicklung durch das jahrelang geheim gehaltene Start-up *Lab126* begonnen. Nachdem Anfang 2007 bereits Gerüchte über einen E-Reader von

¹⁴⁰ Vgl. Brandt (2012), S. 106

¹⁴¹ Ebenda, S. 110

¹⁴² Ebenda, S. 118 ff.

¹⁴³ Ebenda, S. 123 ff.

¹⁴⁴ Ebenda, S. 129

¹⁴⁵ Ebenda, S. 168 f.

¹⁴⁶ Ebenda, S. 171

Amazon im Umkreis waren, wurde der *Kindle* am 19. November 2007 enthüllt. Binnen kürzester Zeit war das Lesegerät ausverkauft, und über Monate bestand ein Lieferrückstand. Angeblich wurden bis Juli 2008 240.000 Geräte verkauft.¹⁴⁷ Mittlerweile umfasst die *Kindle* Produktserie nicht nur E-Reader, sondern auch Tablets.

Warum gelang *Amazon* mit seinem *Kindle* das, woran viele bisher gescheitert waren? Das größte Problem war wohl bei vielen, dass neben der Fehlerhaftigkeit der Lesegeräte das Wichtigste fehlte: eine entsprechende Anzahl an E-Books. Der *Kindle* hingegen ist einfach in seiner Handhabung, über Wi-fi direkt mit dem *Amazon*-Shop verbunden und konnte schon bei seiner Einführung am Markt 90.000 E-Books anbieten.¹⁴⁸ Ab Oktober 2010 gab *Amazon* auch Autoren die Möglichkeit, sich über den *Kindle*-Store selbst zu verlegen, und dabei eine Vergütung von 70 %, anstatt der sonst üblichen 25 %, zu erhalten.¹⁴⁹

Da Jeff Bezos weiß, dass er schon bei den Jüngsten ansetzen und präsent sein muss, versucht er sie und ihre Eltern mit der App „*Kindle FreeTime Unlimited*“ in *Amazons* Bann zu ziehen. Mit dem Erwerb des *Kindle Tablets* kann man sich zu einer monatlichen Flatrate diverse Inhalte, wie zum Beispiel E-Books (inklusive digitaler Bilderbücher, sowie E-Book-Apps mit Vorlesefunktion), Filme und Spiele herunterladen. Das Angebot von „*Kindle FreeTime Unlimited*“ richtet sich an Kinder von 3 bis 8 Jahren. Sie sollen innerhalb der App frei entscheiden können, was sie sich ansehen möchten. Anhand des blauen Display-Hintergrundes (im Gegensatz zum schwarzen Hintergrund bei „normaler“ Nutzung) erkennen Eltern sofort, ob sich ihr Kind in der App befindet.¹⁵⁰

3.3.3 AMAZONS PREISSTRATEGIE BEI E-BOOKS

Amazons Preise bei E-Books wurden und werden von vielen kritisiert. Um einen Wettbewerbsvorsprung gegenüber seiner Konkurrenz zu haben, ist das

¹⁴⁷ Vgl. Brandt (2012), S. 132 ff.

¹⁴⁸ Ebenda, S. 135 ff.

¹⁴⁹ Ebenda, S. 139

¹⁵⁰ Vgl. Buchreport [2] [Zugriff am 13.10.2014]

Unternehmen sogar bereit, E-Books mit Verlust um maximal USD 9,99 pro Buch zu verkaufen.¹⁵¹ Die Verlage beschwerten sich, dass *Amazon* mit seiner Strategie die Preise niedrig hält, einen großen Druck auf sie ausübt und die Bedingungen vorgibt. Buchhändler beklagen das Steuerproblem rund um den Internet-Giganten. Online-Einzelhändler müssen nämlich in den USA nur in dem Bundesstaat Mehrwertsteuer einheben, in dem ihr Sitz ist. Im Gegensatz zu *Barnes & Noble*, die in den meisten Bundesstaaten Niederlassungen haben, hat *Amazon* einen entscheidenden Wettbewerbsvorteil. Das Unternehmen muss nur bei seinen Kunden in Washington, wo *Amazon* seinen Sitz hat, die Mehrwertsteuer hinzurechnen.¹⁵² Jeff Bezos hatte nach eigenen Angaben Washington deshalb gewählt, weil dieser Bundesstaat im Gegensatz zu anderen, weniger Einwohner hat, und daher weniger mögliche Kunden besteuert werden müssen. Einige Bundesstaaten haben jedoch inzwischen dagegen gelenkt und Gesetze (umgangssprachlich auch „Amazon Tax Laws“ genannt) erlassen, die dieser Geschäftspraxis entgegen wirken sollen.¹⁵³

3.3.4 AKTUELLE ENTWICKLUNGEN

Zu *Amazons* zehn meistverkauften Artikeln weltweit zählten im zweiten Quartal 2013 ausschließlich digitale Produkte, wie zum Beispiel der *Kindle*, der *Kindle Fire HD*, entsprechendes Zubehör und digitale Inhalte. Das Unternehmen konnte durch seine aggressive Expansionspolitik in diesem Zeitraum einen Umsatz von USD 15,7 Milliarden erwirtschaften, was einem Plus von 22 % im Vergleich zum Vorjahr entsprach. Der Verlust von USD 7 Millionen, den das Unternehmen in Kauf nehmen musste, scheint demgegenüber minimal. Vor allem mit dem Hintergrund, dass er durch die Unterstützung und das Vorantreiben von neueren, weniger beachteten digitalen Bereichen des Unternehmens entstanden ist.¹⁵⁴ Der *Kindle Fire HD* und der *Kindle Fire HD 8.9* kann mittlerweile in über 170 Ländern über *amazon.com* erworben werden. *Amazons* Kunden haben damit Zugriff zu unter anderem über 350.000 Büchern, die es nur im *Kindle* Store gibt.¹⁵⁵

¹⁵¹ Vgl. Brandt (2012), S. 138

¹⁵² Ebenda, S. 147

¹⁵³ Vgl. Späte [Zugriff am 13.10.2014]

¹⁵⁴ Vgl. Gara [Zugriff am 31.12.2014]

¹⁵⁵ Vgl. Amazon [1] [Zugriff am 31.12.2014]

Ein weiterer Expansions-Schritt von *Amazon* war der Einstieg in den Lebensmittelmarkt mit *AmazonFresh*. Nach einer fünfjährigen Testphase in Seattle, kann man seit 2013 nun auch in Los Angeles Lebensmittel einkaufen. Sollte sich dieses Unterfangen als erfolgreich erweisen, ist eine Expansion in 20 andere Gebiete, auch außerhalb der USA, geplant.¹⁵⁶ Ein Standort hätte ab September 2014 Deutschland sein sollen,¹⁵⁷ jedoch wurde dies bis zum Jahresende nicht realisiert.

Jeff Bezos Wachstumsstrategie führte in den Jahren 2013 und 2014 auch zu Streiks der Belegschaft in Deutschland, dem wichtigsten Auslandsmarkt von *Amazon*.¹⁵⁸ Bereits Anfang 2013 gab es gegen das amerikanische Unternehmen schwere Vorwürfe von den deutschen Arbeitnehmern. Nach einer Dokumentation des ARDs über die vorherrschenden Arbeitsbedingungen und über die Kooperation von *Amazon* mit Zeitarbeitsfirmen, die ihre Leiharbeiter in überfüllten und kleinen Ferienhäusern unterbringen und von Sicherheitsfirmen kontrollieren lassen, folgten Proteste.¹⁵⁹ *Amazon* rang sich danach eine Entschuldigung ab und beendete die Zusammenarbeit mit der Leiharbeits- und Sicherheitsfirma.¹⁶⁰ Zum Weihnachtsgeschäft 2013 wurde in zwei Versandzentren für höhere Löhne und bessere Arbeitsbedingungen gestreikt - von überhitzten Lagern und Akkordarbeit berichtete die Belegschaft.¹⁶¹ Und auch im Dezember 2014 kam es erneut zu Streiks rund um den Tarifkonflikt.¹⁶²

Den nicht enden wollenden Erfolg von *Amazon*, vor allem am E-Book Markt, belegen auch zahlreiche Studien. Der amerikanische Handelsverband *Book Industry Study Group* gibt in seiner Studie von 2013 an, dass 67 % der Konsumenten ihre E-Books bei *Amazon* erwerben, 15,7 % davon über die *Amazon Kindle*-App. Auf Platz zwei folgt mit großem Abstand *Barnes & Noble* mit einem Anteil von 11,8 % und auf Platz drei findet man *Apple* mit einem Anteil von 8,2 %.¹⁶³ Und *Amazon* versucht weiter mit immer neuen Marketingstrategien immer mehr Kunden an sich zu binden. Seit Herbst 2013 gibt es zum Beispiel die sogenannten „*Kindle MatchBooks*“. Dabei handelt es

¹⁵⁶ Vgl. BBC [Zugriff am 31.12.2014]

¹⁵⁷ Vgl. derStandard.at [5] [Zugriff am 31.12.2014]

¹⁵⁸ Vgl. derStandard.at [6] [Zugriff am 05.01.2015]

¹⁵⁹ Vgl. Fiedler et al. [Zugriff am 31.12.2014]

¹⁶⁰ Vgl. Amazon [2] [Zugriff am 31.12.2014]

¹⁶¹ Vgl. Schröder [Zugriff am 31.12.2014]

¹⁶² Vgl. derStandard.at [6] [Zugriff am 05.01.2015]

¹⁶³ Vgl. Buchreport [7] [Zugriff am 31.12.2014]

sich um ein Angebot, bei dem man zu seinem in der Vergangenheit erworbenen gedruckten Buch günstig bzw. kostenlos das entsprechende E-Book kaufen kann.¹⁶⁴

Ein Konkurrent von *Amazon* ist die größte amerikanische Buchhandelskette *Barnes & Noble*. Mit der Absicht seinen Marktanteil wieder zu vergrößern und *Amazon* nicht kampflos das Feld zu überlassen, brachte das Unternehmen 2009 E-Ink-Reader und *Android*-Tablets unter der Marke *Nook* auf den Markt. Bis 2011 konnte es mit seiner Strategie *Amazon* 25 % des Anteils am E-Book-Markt streitig machen. *Barnes & Noble* schien am richtigen Weg zu sein, bis die Geschäftsjahreszahlen von 2012/13 alle Beteiligten auf den Boden der Tatsachen zurückholten. Die *Nook*-Geräte hatten bei den Kunden nicht den gewünschten Eindruck hinterlassen, wahrscheinlich auch, weil *Barnes & Noble* mit dem vielfältigen Medien-Angebot von *Amazon* und *Apple* nicht mithalten konnte, und bescherten einen operativen Verlust von USD 475 Millionen. Aufgrund dieses Scheiterns möchte sich das Unternehmen nun wieder vor allem auf Bücher besinnen und seine Produktpalette durch Computerspiele und Spielzeug weiter ausbauen. Die *Nook*-Plattform soll erhalten bleiben, ob jedoch weiterhin E-Reader produzieren werden, ist ungewiss. In einem Bereich ist *Barnes & Noble* jedoch *Amazon* weit voraus, und das ist der Bereich der Lehrbücher. Das Unternehmen besitzt 700 Universitätsbuchhandlungen und realisiert damit wichtige Einnahmen.¹⁶⁵

Viele halten Jeff Bezos aufgrund seiner Preispolitik für skrupellos und fühlen sich in ihrer Existenz bedroht. Während die Anzahl der großen Buchhandelsketten zunehmend kleiner wird, wird *Amazon* immer größer.¹⁶⁶ Denn *Amazon* ist mittlerweile längst mehr als ein Online-Versandhändler. Das Unternehmen ist der weltweit größte Buchhändler, Marktführer im Online-Einzelhandel und der größte Web-Hosting-Anbieter.¹⁶⁷ Wie groß sein Marktanteil und seine Marktposition im deutschsprachigen Raum sind, wird unter anderem im nächsten Kapitel erläutert.

¹⁶⁴ Vgl. Haupt [5] [Zugriff am 31.12.2014]

¹⁶⁵ Vgl. Nawotka [Zugriff am 31.12.2014]

¹⁶⁶ Vgl. Brandt (2012), S. 144

¹⁶⁷ Vgl. Schröder [Zugriff am 31.12.2014]

4. MARKTDURCHDRINGUNG VON E-BOOKS IN EUROPA

4.1 DER EUROPÄISCHE E-BOOK-MARKT

Im nachfolgenden Kapitel wird auf die Entwicklung und die aktuelle Situation des digitalen Marktes in Europa, insbesondere jedoch im deutschsprachigen Raum näher eingegangen. Im Gegensatz zum amerikanischen E-Book-Markt ist für den deutschsprachigen E-Book-Markt keine große Anzahl an umfassenden und aktuellen Studien und Zahlenmaterial vorhanden, so dass eine Beurteilung und genauere Analyse schwieriger ausfällt.

Im Vergleich zum amerikanischen Markt, wo das E-Book, wie bereits näher erläutert, große Erfolge feiert, wird dem europäischen Markt nachgesagt, dass er der Digitalisierung der Buchwelt nach wie vor skeptisch gegenüber steht. Auch, wenn sich immer mehr Verlage dazu entschließen, ihr Sortiment um E-Books zu erweitern und ihre E-Commerce Ausrichtung weiter vorantreiben, waren die Leser vor allem in den letzten Jahren schwer von den Vorteilen digitaler Bücher und den entsprechenden Lesegeräten zu überzeugen. Studien belegen jedoch, wie in den nächsten Kapiteln ersichtlich ist, dass nun auch in Europa ein Wachstum und anhaltender Trend zum E-Book zu verzeichnen ist.

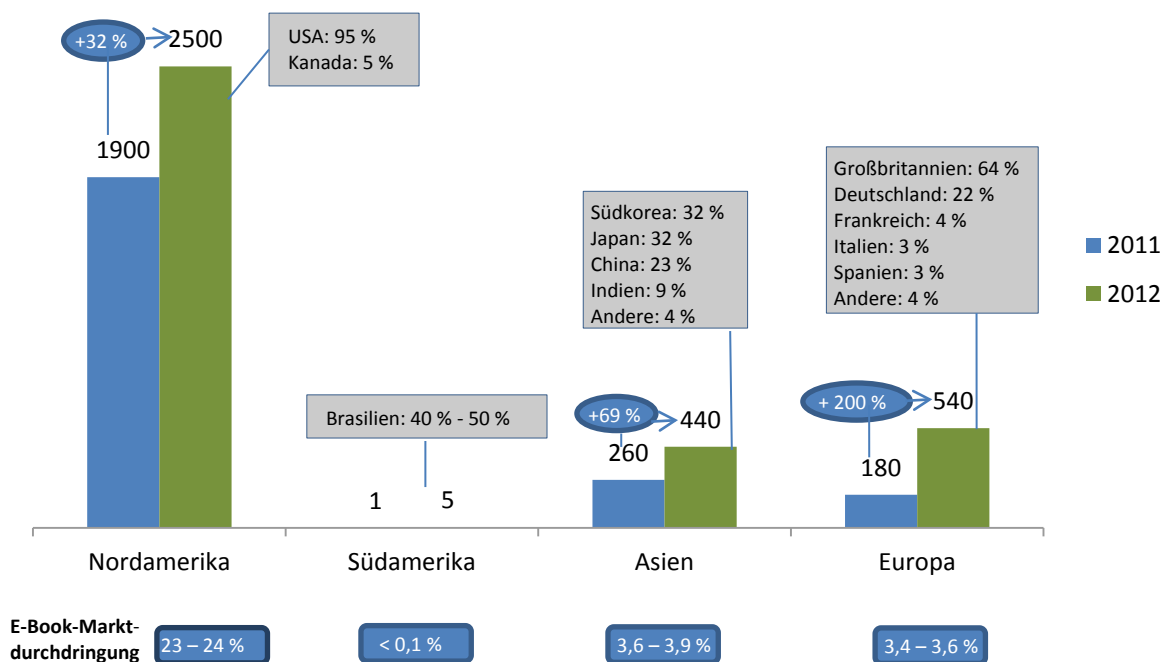
4.1.1 UMSATZENTWICKLUNGEN IM EUROPÄISCHEN E- BOOK-MARKT

Wie bereits im Kapitel „Marktdurchdringung von E-Books in den USA“ angeführt, hat die international tätige Unternehmensberatung *A.T. Kearney* in einer Studie von einem weltweiten Umsatz des E-Book-Marktes im Jahr 2012 von EUR 3,5 Milliarden berichtet.¹⁶⁸

¹⁶⁸ Vgl. Buchreport [3] [Zugriff am 13.10.2014]

Wie in Abbildung 6 ersichtlich, entfällt der Großteil dieses Umsatzes auf Nordamerika mit EUR 2,5 Milliarden, gefolgt von Europa mit EUR 540 Millionen und Asien mit EUR 440 Millionen. Der europäische Markt ist somit im Vergleich zum Vorjahr (EUR 180 Millionen) um beachtliche 200 % gewachsen. Der asiatische Markt verzeichnete demgegenüber nur eine Zuwachsrate von 69 % (EUR 260 Millionen Umsatz im Jahr 2011). Die E-Book-Penetration lag in Europa im Jahr 2012 im Vergleich zu Nordamerika mit ca. 23 % erst bei ca. 3 %.¹⁶⁹

Abbildung 6: Weltweiter E-Book-Markt



Quelle: Eigene Darstellung nach Bonfanti et al. [Zugriff am 13.10.2014]

Die Studie belegt auch, dass sich der europäische E-Book-Markt in Zukunft wesentlich schneller entwickeln soll, als bisher angenommen wurde, wofür sich vor allem der britische Markt verantwortlich zeigt. Hier konnten rasante Zuwächse verzeichnet werden. Mit 64 % der E-Book-Umsätze entfielen zwei Drittel vom europäischen Gesamtmarkt auf Großbritannien. 22 % der europäischen Umsätze verzeichnete Deutschland, gefolgt von 4 % in Frankreich, und Italien und Spanien mit

¹⁶⁹ Vgl. Buchreport [3] [Zugriff am 13.10.2014]

jeweils 3 %. Die bisherigen Prognosen wurden laut der Studie von *A.T. Kearney* jedoch im gesamten europäischen Raum im Jahr 2012 zumindest geringfügig übertroffen. E-Books konnten in Großbritannien einen Umsatzanteil am gesamten Buchmarkt von 14 % aufweisen, und übertrafen somit die Annahmen der Forscher um 4 %. Auch in Deutschland wurden die Vorhersagen, wenn auch nur minimal um 0,8 %, übertroffen, und der Anteil der E-Books betrug 3,5 %.¹⁷⁰

Die Studie „*Global eBook – A report on market trends and developments*“ von Rüdiger Wischenbart berichtet demgegenüber von einem Umsatzanteil der E-Books im Jahr 2013 am gesamten Buchmarkt in Großbritannien von 11,5 % und in Deutschland von 3,9 %. Auch hier wird Deutschland nach Großbritannien als zweitgrößter E-Book-Markt in Europa genannt.¹⁷¹

4.1.2 PREISENTWICKLUNGEN IM EUROPÄISCHEN E-BOOK-MARKT

Die Studie von *A.T. Kearney* geht weiters auf die durchschnittlichen Preise von E-Books ein. Dabei fällt auf, wie in Abbildung 7 dargestellt, dass die Durchschnittspreise in Europa in den letzten Jahren deutlich gesunken sind. Kostete ein digitales Buch im Jahr 2010 noch rund EUR 11, musste man dafür im Jahr 2012 nur mehr EUR 6 bis EUR 7 bezahlen (der britische Markt und seine Preiskämpfe durch *Amazon* und *Sony* wurde dabei außer Acht gelassen). Die Forscher gehen davon aus, dass es durch die niedrigen Preise aus dem Selfpublishing-Sektor und den „Special Deals“ von zum Beispiel *Amazon* zu einem weiteren Absinken kommt.¹⁷²

Dies wird auch von der oben bereits erwähnten Studie von Wischenbart bestätigt. In Deutschland etwa sanken die Preise der digitalen *Amazon* Bestseller von EUR 7,14 im September 2013 auf durchschnittlich EUR 2,43 im September 2014. Im

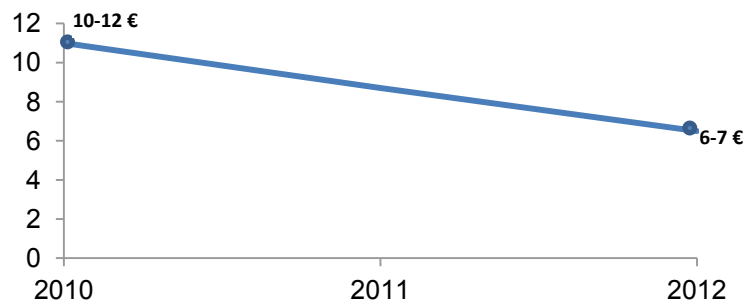
¹⁷⁰ Vgl. Buchreport [3] [Zugriff am 13.10.2014]

¹⁷¹ Vgl. boersenblatt.net [13] [Zugriff am 05.01.2015]

¹⁷² Vgl. Buchreport [3] [Zugriff am 13.10.2014]

Gegensatz dazu stiegen die Durchschnittspreise der E-Books im gleichen Zeitraum bei den heimischen Plattformen von EUR 13,99 auf EUR 14,19.¹⁷³

Abbildung 7: Europäischer durchschnittlicher Preis für E-Books



Quelle: Eigene Darstellung nach Bonfanti et al. [Zugriff am 13.10.2014]

Um diesem Preisverfall entgegen zu wirken, hat zum Beispiel Frankreich im Herbst 2013 auf das Vorgehen von Online-Händlern wie *Amazon* reagiert und ein neues Gesetz erlassen. Dieses Gesetz untersagt es, preisreduzierte Bücher ohne Versandkosten zu verschicken, da diese Praxis einen unlauteren Wettbewerb gegenüber den Buchhandlungen vor Ort darstelle.¹⁷⁴

Auch innerhalb der EU ist eine neue Regelung für elektronisch erbrachte Dienstleistungen, zu denen auch E-Books zählen, mit 01.01.2015 in Kraft getreten, die den Wettbewerbsvorteil der großen Online-Händler gegenüber den lokalen Händlern schmälern soll.¹⁷⁵ Mit dieser Regelung wird das Bestimmungslandprinzip für die anfallende Mehrwertsteuer eingeführt. Großunternehmen wie *Amazon* oder *Apple* kommt durch dieses Prinzip ihr Steuervorteil, den sie aufgrund ihres europäischen Firmensitzes in Luxemburg oder Irland hatten, abhanden. Für E-Books wird nun nicht mehr der zum Beispiel in Luxemburg geltende geringe Steuersatz von 3 % abgeführt, sondern bei einem Käufer aus Österreich, der in Österreich geltende Steuersatz von 20 % und bei einem Käufer aus Deutschland, der in Deutschland geltende Steuersatz von 19 %. Allerdings führt diese neue Regelung nicht nur zu Nachteilen bei den Großunternehmen, sondern auch bei den nationalen

¹⁷³ Vgl. boersenblatt.net [13] [Zugriff am 05.01.2015]

¹⁷⁴ Vgl. Hauptverband des österreichischen Buchhandels [2] [Zugriff am 31.12.2014]

¹⁷⁵ Vgl. derStandard.at [7] [Zugriff am 05.01.2015]

Verlagen/Autoren, Distributoren und Selfpublishern. Kleinere Zwischenbuchhandlungen und Start-ups werden mit einem enormen organisatorischen Aufwand konfrontiert. Und Verlage bzw. Autoren, die ihre digitalen Bücher über *Amazon* verkaufen, müssen aufgrund des höheren Mehrwertsteuersatzes entweder die Preise der E-Books erhöhen oder einen geringeren Erlös in Kauf nehmen.¹⁷⁶ Inzwischen wurde bereits eine Online-Petition gegen diese neue Regelung gestartet.¹⁷⁷

4.2 DER E-BOOK-MARKT IN DEUTSCHLAND UND ÖSTERREICH

Wie im vorigen Kapitel erläutert wurde, reiht sich nach dem amerikanischen Markt, als zweitgrößter E-Book-Markt Großbritannien ein. Auch hier konnte, wenn auch nach wie vor nicht in demselben Ausmaß, wie in den USA, in den letzten Jahren ein rasantes Wachstum beobachtet werden. Doch wie sieht der digitale Buchmarkt im deutschsprachigen Raum, insbesondere in Österreich aus? Welche Tendenzen lassen sich hier verzeichnen? Diese Fragen sollen in den nächsten Abschnitten beantwortet werden. Zu Beginn steht der Leser im deutschsprachigen Raum im Fokus.

4.2.1 FOKUS LESERSCHAFT

In diesem Abschnitt wird anhand der Studie „Das Buch im Medienportfolio“ aus dem Jahr 2009 auf die Leserschaft und deren Lesegewohnheiten im deutschsprachigen Raum näher eingegangen. Dabei soll ein Überblick darüber geschaffen werden, wie viele Personen am Lesen grundsätzlich interessiert sind bzw. wie viele Personen sich bereits mit E-Books auseinandergesetzt haben und diese auch als Buchformat nutzen.

¹⁷⁶ Vgl. Buchreport [10] [Zugriff am 05.01.2015]

¹⁷⁷ Vgl. derStandard.at [7] [Zugriff am 05.01.2015]

4.2.1.1 STUDIE „DAS BUCH IM MEDIENPORTFOLIO“

Einen guten Einblick in den Bereich der Leserschaft des deutschsprachigen Raumes und damit auch einen Ländervergleich, gibt die Studie „Das Buch im Medienportfolio“, welche im Jahr 2009 vom Börsenverein des Deutschen Buchhandels, vom Hauptverband des Österreichischen Buchhandels und vom Schweizer Verlegerverband herausgegeben wurde. Mit Hilfe einer standardisierten Online-Umfrage wurde das „Nutzungsverhalten unterschiedlicher Medien“ im deutschsprachigen Raum untersucht. Im Rahmen dieser länderübergreifenden Studie wurden 500 Personen aus Österreich, 504 Personen aus der deutschsprachigen Schweiz und 729 Personen aus Deutschland zur Nutzungsdauer und zum Stellenwert der Medien Fernsehen, Radio, Internet, Buch, Tageszeitung, Zeitschrift und Hörbuch befragt, wobei das Medium Buch im Mittelpunkt der Umfrage stand.¹⁷⁸ Im Folgenden wird auf die Ergebnisse der Studie näher eingegangen.

Betrachtet man die Ergebnisse, zeigt sich, dass Menschen im deutschsprachigen Raum täglich mehr als 10 Stunden in die Nutzung von Massenmedien investieren. Spitzenreiter sind dabei die Österreicher mit 673 Minuten, gefolgt von den Deutschen mit 605 Minuten und den Schweizern mit nur 585 Minuten. Die Österreicher und die Schweizer favorisieren dabei das Medium Radio, bei den Deutschen belegt der Fernseher den ersten Platz. An zweiter Stelle folgt in allen drei Ländern das Internet, wobei die Österreicher mit einer Nutzungszeit von 173 Minuten eine halbe Stunde länger surfen als ihre Nachbarn. Mit deutlichem Abstand folgen in allen drei Regionen Tageszeitungen, Zeitschriften, Bücher und Hörbücher. Diese Medien werden täglich nur zwischen 14 und 45 Minuten genutzt. Die Studie bestätigt auch eine längst bekannte Tatsache: das Internet ist das Medium, auf das die meisten Menschen im deutschsprachigen Raum nicht mehr verzichten wollen. An dritter Stelle der Medienbedeutung folgt nach dem Fernsehen das Buch.¹⁷⁹

Mit elf Büchern jährlich wird am meisten in Österreich gelesen. Die Deutschen kommen durchschnittlich auf neun, und die Schweizer auf durchschnittlich acht Bücher im Jahr. Bei der Wahl des Buchformats sind sich die Menschen im deutschsprachigen Raum einig. Mehr als zwei Drittel bevorzugen das Taschenbuch,

¹⁷⁸ Vgl. Börsenverein des deutschen Buchhandels [1] [Zugriff am 10.10.2014]

¹⁷⁹ Ebenda

unabhängig davon um welches Buchgenre es sich handelt. Das E-Book wird in allen drei Regionen primär als Informationsmedium angesehen. 45 % der Österreicher können sich vorstellen ein E-Book zu benutzen, um sich Informationen zu beschaffen. Die Schweizer und Deutschen sind dabei weniger aufgeschlossen. Nur 38 % der deutschsprachigen Schweizer und 29 % der Deutschen würden ein E-Book verwenden, um sich zu informieren.¹⁸⁰

Die Studie beinhaltet weiter eine Einteilung der Leser im deutschsprachigen Raum in sieben unterschiedliche Medientypen, die auf Grundlage von Medien- und Genrepräferenzen getroffen wurde. Dadurch lässt sich gut erkennen, welche Kundenschichten bzw. Leserschaften sich unterscheiden lassen.¹⁸¹

Die erste Gruppe sind die **unterhaltungsorientierten Leseratten**. Sie machen 9,7 % der Menschen im deutschsprachigen Raum aus und lesen durchschnittlich 26 Bücher im Jahr. Für diese Menschen ist das Buch ein Statussymbol und das wichtigste Medium, fernsehen langweilt die meisten von ihnen. Sie bevorzugen vor allem Bücher mit Hardcover.¹⁸²

Die **fantasy-begeisterten Onlineleser**, zu denen 11,5 % der Befragten gehören, sind vor allem Männer unter 40 Jahren, die Buchgenres wie Comics/Mangas, Fiction und Fantasy präferieren. Das Buchformat hat für sie keine Bedeutung, wobei sie klassische Bücher eher als unpraktisch beurteilen. Lieber lesen sie online, lauschen Hörbüchern und sind auch E-Books gegenüber nicht abgeneigt.¹⁸³

Die **konservativen Zeitungsleser** machen 11,8 % der Menschen im deutschsprachigen Raum aus. Es handelt sich bei dieser Gruppe vor allem um Männer zwischen 50 und 70 Jahren, die täglich ca. eine Stunde dem Lesen der Zeitung widmen. Sie sind vor allem an Informationen interessiert und lesen durchschnittlich 10 Bücher im Jahr. Sie sind E-Books und Hörbüchern gegenüber eher abgeneigt.¹⁸⁴

¹⁸⁰ Vgl. Börsenverein des deutschen Buchhandels [1] [Zugriff am 10.10.2014]

¹⁸¹ Ebenda

¹⁸² Ebenda

¹⁸³ Ebenda

¹⁸⁴ Ebenda

Zur Gruppe der **leseaversen Fernsehfans** zählen 12,3 % der Befragten. Dabei handelt es sich größtenteils um Männer, für die das Lesen eines Buches pro Jahr vollkommen ausreicht. Diese Personen präferieren das Medium Fernsehen, und empfinden dies als aufregenden und spannenden Zeitvertreib.¹⁸⁵

Die nächste Gruppe wird als **E-Book-interessierte Internet-Freaks** bezeichnet. Bei diesen 14,7 % der Befragten handelt es sich um Personen, die jünger als 50 Jahre sind und meist mehr als fünf Stunden täglich im Internet surfen. Sie lesen im Durchschnitt 9 Bücher jährlich, wobei sie sich dabei vor allem informieren wollen. Das Buchformat spielt für diese Menschen keine Rolle und 56 % würden ihre Informationen daher auch aus E-Books beziehen.¹⁸⁶

19 % zählen zu der Gruppe der **regelmäßigen Radiohörer**. Dabei handelt es sich vor allem um Frauen zwischen 40 und 60 Jahren, die im Durchschnitt täglich sechs Stunden Radio hören und jährlich 9 Bücher lesen. Dem Lesen im Internet stehen diese Personen eher skeptisch gegenüber.¹⁸⁷

21 % zählen zu der Gruppe der **entspannungssuchenden Vielseher**. Dabei handelt es sich vor allem um Frauen, deren bevorzugtes Medium der Fernseher ist, und die das Lesen von Büchern als Anstrengung empfinden. Sollten diese Personen doch zu einem Buch greifen, handelt es sich meist um einen Liebesroman. E-Books gegenüber sind sie eher misstrauisch, 86 % würden nicht zu einem E-Book greifen, um ihre Unterhaltungsliteratur zu lesen.¹⁸⁸

Betrachtet man die Verteilung der einzelnen Medientypen in den drei Ländern, gibt es deutliche Unterschiede. Die Österreicher zählen mit mehr als einem Drittel zu den „*E-Book-interessierten Internet-Freaks*“ und „*fantasy-begeisterten Onlinelesern*“. Bei den Deutschen und deutschsprachigen Schweizern findet man nur etwa ein Viertel der Bevölkerung in diesen Gruppen. In der deutschsprachigen Schweiz ist der Medientyp „regelmäßiger Radiohörer“ mit 26,1 % am häufigsten vertreten. In Österreich gehören zu dieser Gruppe nur 20,8 % und in Deutschland nur 18,4 %. Die

¹⁸⁵ Vgl. Börsenverein des deutschen Buchhandels [1] [Zugriff am 10.10.2014]

¹⁸⁶ Ebenda

¹⁸⁷ Ebenda

¹⁸⁸ Ebenda

Deutschen favorisieren das Fernsehen. 22,3 % zählen zu den „entspannungssuchenden Vielsehern“. Dieser Medientyp ist in der deutschsprachigen Schweiz und in Österreich nur mit jeweils 14,4 % bzw. 12,9 % präsent.¹⁸⁹

Die Ergebnisse der Studie zeigen deutlich, dass vor allem die Österreicher bereits im Jahr 2009 an E-Books interessiert waren und diesem Buchformat offen gegenüberstehen.

4.2.2 DEUTSCHLAND

Der deutsche Buchmarkt zählt zu den größten Buchmärkten der Welt. Rund 22.500 buchhändlerische Unternehmen können laut „Adressbuch des deutschsprachigen Buchhandels“ im weitesten Sinne dem herstellenden oder verbreitenden Buchhandel zugerechnet werden. Rund 16.000, also ca. zwei Drittel dieser Unternehmen sind Verlage und verlegerisch tätige Institutionen, rund 6.600 Firmen des vertreibenden Buchhandels. Diese Zahlen beinhalten allerdings zahlreiche Firmen, die nur gelegentlich Publikationen herausgeben, und Verkaufsstellen, bei denen nur ein kleiner Teil ihres Sortiments Bücher umfasst.¹⁹⁰ Das statistische Bundesamt in Deutschland zählte im Jahr 2013 im Bereich Einzelhandel mit Büchern 4.038 Betriebe.¹⁹¹

Die meisten Verlagshäuser, nämlich 178, fand man im Jahr 2013 in Berlin, 2012 waren es noch 188. Mit 134 Verlagen steht München an zweiter Stelle (2012: 136), gefolgt von Stuttgart mit 85 Verlagen (2012: 87).¹⁹²

Betrachtet man die Studie von *A.T. Kearney* mit Bezug auf Deutschland, zeigt sich, dass sich der deutsche E-Book-Markt zwar tendenziell im Wachstum befindet, trotzdem aber weit hinter dem erfolgreichsten europäischen Markt, nämlich Großbritannien, liegt. So hatte der E-Book-Markt in Großbritannien im Jahr 2012, wie

¹⁸⁹ Vgl. Börsenverein des deutschen Buchhandels [1] [Zugriff am 10.10.2014]

¹⁹⁰ Vgl. Börsenverein des deutschen Buchhandels – Landesverband Bayern [Zugriff am 13.10.2014]

¹⁹¹ Vgl. boersenblatt.net [7] [Zugriff am 31.12.2014]

¹⁹² Vgl. boersenblatt.net [8] [Zugriff am 31.12.2014]

bereits oben erwähnt, einen Umsatzanteil am gesamten Buchmarkt von 14 %, der Umsatzanteil in Deutschland lag nach Angaben dieser Studie hingegen bei nur 3,5 %.¹⁹³ Die Studie im nachfolgenden Kapitel „*Studie zum E-Book-Markt in Deutschland 2013*“ gibt demgegenüber für das Jahr 2012 nur einen Umsatzanteil von E-Books von 2,4 % an.¹⁹⁴ In jedem Fall sollte man sich vor allem vor Augen halten, dass man im Jahr 2012 in Deutschland rund 120.000 digitale Bücher in deutscher Sprache erwerben konnte, in Großbritannien waren es rund 1.750.000 Bücher in englischer Sprache.¹⁹⁵

Von Studien bislang außer Acht gelassen wurden der Fachinformations- und Wissenschaftsbereich. Und das, obwohl gerade in dieser Sparte ein beachtlicher Anteil der Zeitschriften und Bücher elektronisch vertrieben werden. Zu den Kunden zählen primär Bibliotheken, Forschungsinstitute, Großkanzleien und Unternehmen, etwa in der pharmazeutischen und der metallverarbeitenden Industrie. Bei Verlagen, wie zum Beispiel *Springer Science + Business Media* oder *De Gruyter* werden 50 % und mehr der Titel als E-Books vertrieben. Es wird prognostiziert, dass in diesen Bereichen in wenigen Jahren das digitale Buch das Standardausgabeformat sein wird, und klassische Bücher nur noch auf Nachfrage produziert werden.¹⁹⁶

4.2.2.1 STUDIE DES BÖRSENVEREINS ZUM BUCHMARKT 2013

Der Börsenverein des Deutschen Buchhandels analysierte den Buchmarkt 2013 und brachte eine Studie und eine zusammenfassende Infografik heraus.¹⁹⁷ Im Folgenden wird die Studie näher betrachtet. Sie beinhaltet demographische Fakten und Umsatzzahlen für den deutschen Buchmarkt.

a) Buchkauf und Leseverhalten

Befragt nach ihrer bevorzugten Freizeitbeschäftigung gaben die meisten der befragten Deutschen auch in dieser Studie im Jahr 2013 Fernsehen an, wodurch dieser Zeitvertreib unter den 50 angegebenen Aktivitäten unangefochten an erster Stelle steht. Das Lesen von Büchern nahm den vierzehnten Platz ein. 20,7 % der

¹⁹³ Vgl. Buchreport [3] [Zugriff am 13.10.2014]

¹⁹⁴ Vgl. Börsenverein des deutschen Buchhandels [5] [Zugriff am 17.11.2014]

¹⁹⁵ Vgl. Buchreport [3] [Zugriff am 13.10.2014]

¹⁹⁶ Vgl. Roesler-Graichen [Zugriff am 31.12.2014]

¹⁹⁷ Vgl. boersenblatt.net [8] [Zugriff am 31.12.2014]

Deutschen (ab 14 Jahren) gaben an „häufig“ Bücher zu lesen, 28,2 % lesen „gelegentlich“ ein Buch, und „selten“ oder „nie“ greifen 51,1 % zum Buch.¹⁹⁸

Im Jahr 2013 erwarben 67 % der befragten Frauen und 53 % der befragten Männer Bücher. Wie in den Jahren zuvor liegen Frauen auch an der Spitze der Buchleser. 46 % der Frauen lesen täglich bzw. mehrmals in der Woche ein Buch. Im Gegensatz dazu sind es nur 30 % der Männer, die ebenso viel Zeit in das Lesen investieren. Auch bei Kindern zwischen sechs und dreizehn Jahren ließ sich dieser Geschlechtertrend 2012 schon erkennen. 21 % der Mädchen und nur 7 % der Buben haben angegeben, dass sie jeden oder fast jeden Tag gelesen haben.¹⁹⁹

Auch der Zusammenhang zwischen Schulbildung und dem Kauf eines Buches wurde erhoben. Im Jahr 2013 erwarben 41 % der Probanden mit Volks- und Hauptschulabschluss Bücher. Bei den befragten Personen mit Abitur bzw. Studienabschluss waren es 81 %. Von diesen 81 % nutzen 57 % täglich oder zumindest mehrmals pro Woche Bücher. Bei den Volks- und Hauptschülern, sowie bei den Mittelschülern lag der Anteil derer, die täglich oder zumindest mehrmals pro Woche Bücher nutzen bei 25 % bzw. 37 %.²⁰⁰

b) Umsatzzahlen

Der deutsche Buchmarkt konnte, wie in Abbildung 8 ersichtlich, im Jahr 2013 nach zwei Jahren des Umsatzrückgangs einen Umsatz von EUR 9,54 Milliarden und damit ein Umsatzwachstum von 0,2 % im Vergleich zum Vorjahr erzielen.²⁰¹

Der Sortimentsbuchhandel ist nach wie vor der wichtigste Vertriebsweg von Büchern. Über diesen Vertriebsweg konnte im Jahr 2013 ein Umsatz von ca. EUR 4,64 Milliarden erwirtschaftet werden, was einem Anteil von 48,6 % am Gesamtumsatz, sowie einem Umsatzplus von 0,9 % im Vergleich zum Jahr 2012 entspricht. Die Verlage mit ihrem Direktgeschäft konnten ihren Umsatz um 1,5 % steigern und machen somit 19,7 % des Gesamtumsatzes aus.²⁰²

¹⁹⁸ Vgl. boersenblatt.net [9] [Zugriff am 31.12.2014]

¹⁹⁹ Ebenda

²⁰⁰ Ebenda

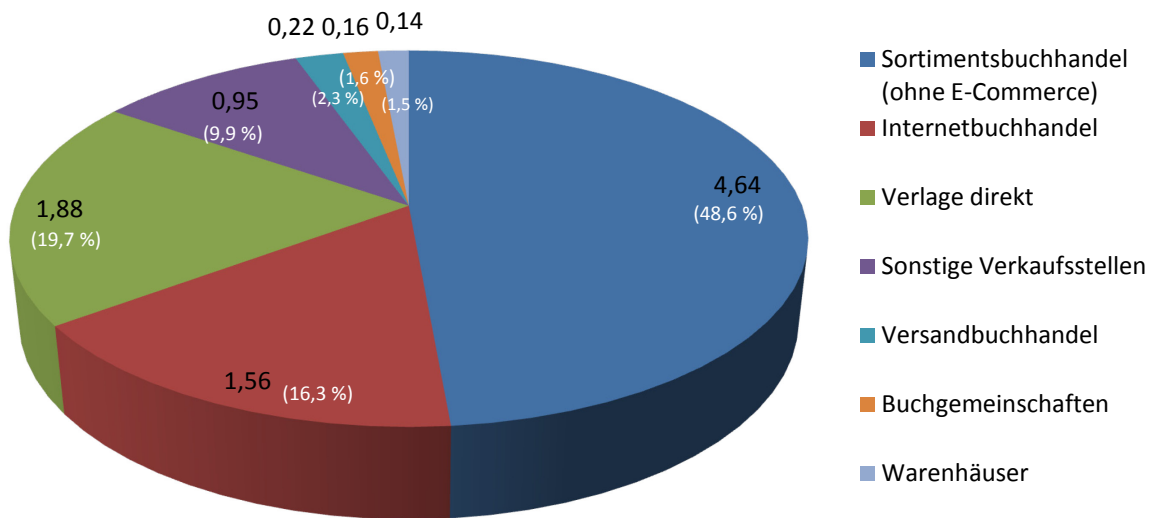
²⁰¹ Vgl. Börsenverein des deutschen Buchhandels [3] [Zugriff am 14.10.2014]

²⁰² Vgl. boersenblatt.net [8] [Zugriff am 31.12.2014]

Abbildung 8: Umsatz im deutschen Buchmarkt nach Vertriebskanal

Umsatz im Buchmarkt nach Vertriebskanal

(in Mrd. €)



Gesamtumsatz 9,54 Mrd.

Quelle: Eigene Darstellung nach boersenblatt.net [8] [Zugriff am 31.12.2014]

An dritter Stelle folgt der Versandhandel inklusive Internetgeschäft mit einem Anteil von 18,6 % am Gesamtumsatz. Danach folgen die Umsätze von Buchgemeinschaften und Warenhäusern und sonstigen Verkaufsstellen. Betrachtet man den Umsatz des Internetgeschäftes separat, zeigt sich, dass dieser Vertriebsweg ein Umsatzminus von 0,5 % verzeichnete, und somit 16,3 % des Gesamtumsatzes ausmacht.²⁰³

4.2.2.2 STUDIE ZUM E-BOOK-MARKT IN DEUTSCHLAND 2013

Über das E-Book am deutschen Buchmarkt wurde vom *Börsenverein* zusammen mit dem *GfK Panel Services Deutschland* bereits zum vierten Mal (Anfang des Jahres 2011, 2012, 2013 und 2014) eine Studie durchgeführt. Die aktuelle Studie „Verankert im Markt – Das E-Book in Deutschland 2013“²⁰⁴ folgte der Studie „Von der Perspektive zur Relevanz – Das E-Book in Deutschland 2012“²⁰⁵. Im Rahmen dieser Studien werden jedes Jahr eine Auswahl aus den Mitglieds-Buchhandlungen und –

²⁰³ Vgl. boersenblatt.net [8] [Zugriff am 31.12.2014]

²⁰⁴ Vgl. Börsenverein des deutschen Buchhandels [5] [Zugriff am 17.11.2014]

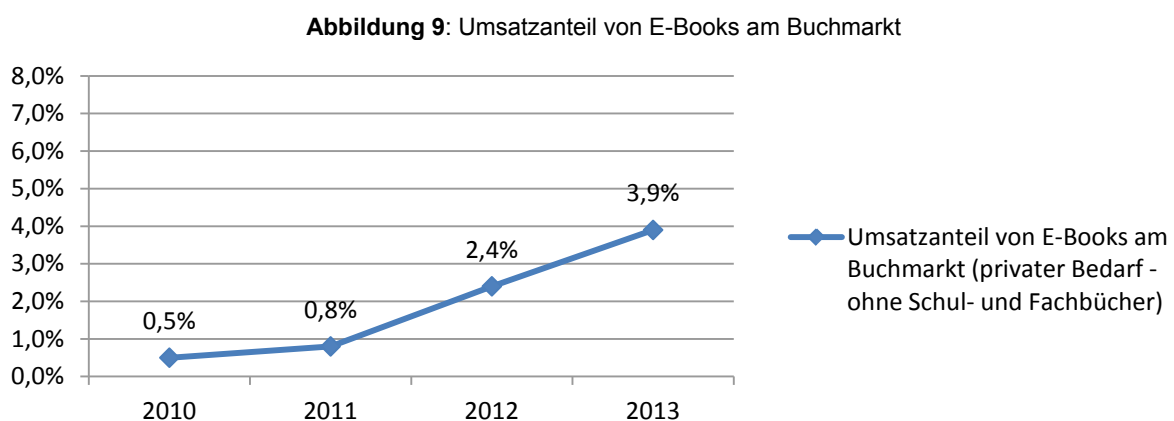
²⁰⁵ Vgl. Börsenverein des deutschen Buchhandels [4] [Zugriff am 15.10.2014]

Verlagen befragt. Im Jahr 2014 zählte die Nettostichprobe 538 Sortimente und 348 Verlage. Außerdem wurden 10.000 Konsumenten zu ihrer Einstellung in Bezug auf das Thema E-Books befragt, und das Kaufverhalten von 25.000 Personen, die repräsentativ für die deutsche Bevölkerung ab 10 Jahren sind, eruiert. Die Studien beziehen sich nur auf den Publikumsmarkt, ohne Schul- und Fachbücher.²⁰⁶ Sie widmen sich zu Beginn allgemeinen Zahlen und Fakten, und gehen danach im Detail auf die Konsumenten, die Verlage und den Sortimentsbuchhandel näher ein.

Wie der Studientitel schon erahnen lässt, hat sich das digitale Buch im Jahr 2012 weg von der Perspektive/dem Zukunftstrend hin zur wirtschaftlichen Relevanz entwickelt. Die Studie zeigt, dass der E-Book-Markt in Deutschland bereits im Jahr 2012 in Bewegung war, und sich dynamisch weiterentwickelt hat.²⁰⁷ Die aktuelle Studie „Verankert im Markt“ lässt darauf schließen, dass sich das E-Book auf dem deutschen Markt etabliert hat. Im Folgenden werden die Ergebnisse der beiden Studien näher betrachtet.

a) Allgemeine Fakten

Der Umsatzanteil von E-Books am Buchmarkt ist, wie Abbildung 9 zeigt, in den letzten Jahren, wenn auch schleichend, dafür jedoch kontinuierlich gestiegen. Im Jahr 2010 machten digitale Bücher einen Umsatzanteil von 0,5 % des Buchmarktes aus, im Jahr 2013 waren es bereits 3,9 %.²⁰⁸



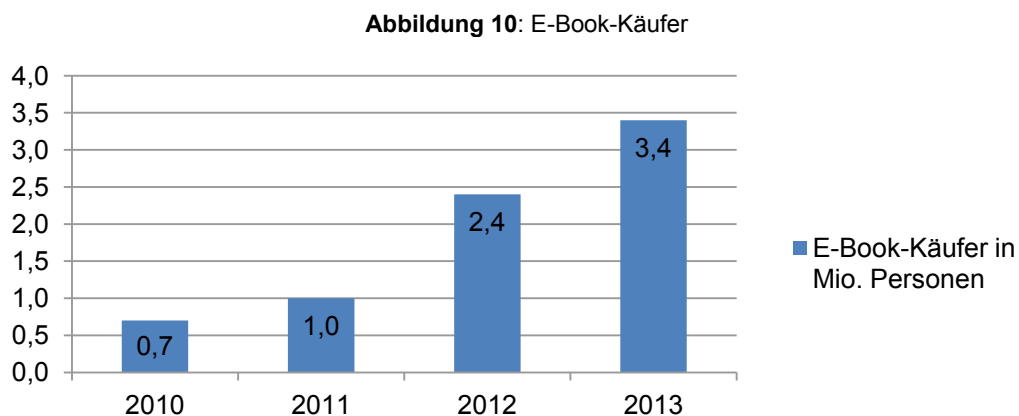
Quelle: Eigene Darstellung nach Börsenverein des deutschen Buchhandels [5] [Zugriff am 17.11.2014]

²⁰⁶ Vgl. Börsenverein des deutschen Buchhandels [2] [Zugriff am 10.10.2014]

²⁰⁷ Vgl. boersenblatt.net [1] [Zugriff am 16.10.2014]

²⁰⁸ Vgl. Börsenverein des deutschen Buchhandels [5] [Zugriff am 17.11.2014]

Der Absatz von E-Books am Publikumsmarkt hat sich im Jahr 2013 im Vergleich zum Vorjahr um über 60% gesteigert und erreichte 21,5 Millionen Exemplare. Damit ist, wie in Abbildung 10 ersichtlich, auch die Anzahl der E-Book-Käufer gestiegen. Im Jahr 2013 waren es mit 3,4 Millionen Personen um eine Million mehr als 2012. Und auch die Anzahl der durchschnittlich pro E-Book-Käufer erworbenen Titel stieg von 5,5 Titel im Jahr 2012 auf 6,4 Titel im Jahr 2013.²⁰⁹



Quelle: Eigene Darstellung nach Börsenverein des deutschen Buchhandels [5] [Zugriff am 17.11.2014]

b) Konsumentenbefragung

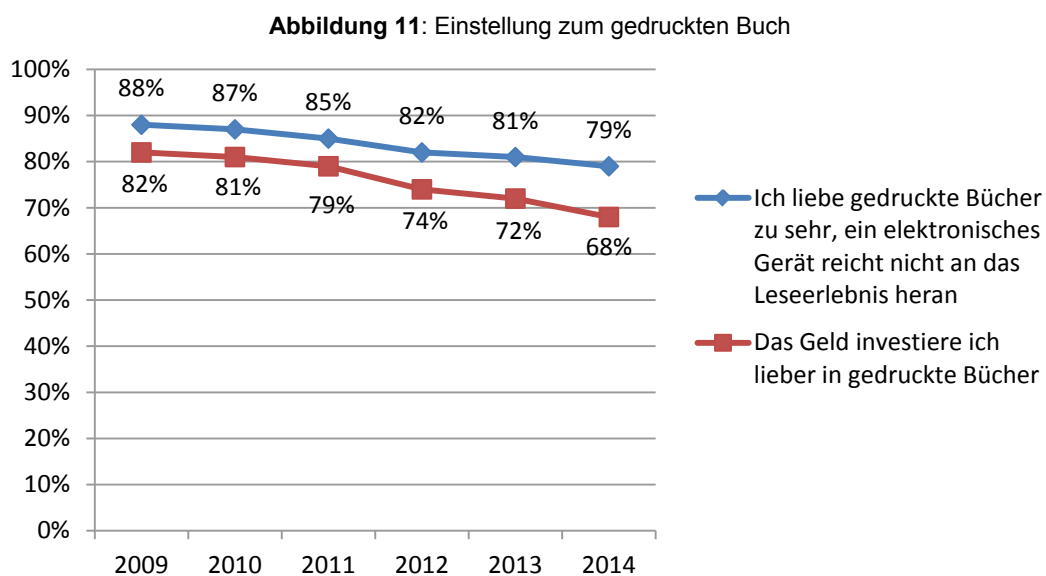
Nach den allgemeinen Fakten widmet sich die Studie den Konsumenten, die bereits von E-Books einmal gehört oder gelesen haben, und hinterfragt die Einstellung der Deutschen zum gedruckten Buch. Dabei wird klar, dass die Vorliebe für klassische Bücher in Deutschland zwar immer noch stark ist, diese aber immer mehr zu Gunsten des digitalen Buches abnimmt. Die Konsumenten werden mit jedem Jahr offener für die digitale Buchwelt und die Anzahl derer, die nur klassische Bücher lesen möchten, geht stetig zurück. Waren es 2009 noch 82 % der Befragten, die ihr Geld lieber in gedruckte Bücher investierten, sank der Wert bis zum Jahr 2013 auf 72%, und 2014 sind es nur mehr 68 %. Diese Entwicklung der Konsumenteneinstellung ist in Abbildung 11 dargestellt.²¹⁰

Auch ein Blick in die Zukunft macht eine, wenn auch eher schleichende Tendenz zum E-Book bzw. zur Nutzung von beiden Buchformaten, also sowohl klassischem,

²⁰⁹ Vgl. Börsenverein des deutschen Buchhandels [5] [Zugriff am 17.11.2014]

²¹⁰ Ebenda

als auch digitalem Buch klar. 2014 wollen zumindest 7 % der Probanden ihre Bücher zukünftig weitgehend als E-Book und nur noch vereinzelt als gedrucktes Buch kaufen, 2013 hatten dies 6 % vor. Bücher ausschließlich als E-Book und nicht mehr in gedruckter Form zu erwerben, haben 2014, gleichbleibend wie im Jahr 2013, immerhin 1 % vor. Ausschließlich gedruckte Bücher wollen demgegenüber 38 % kaufen, 2013 lag der Anteil dieser Personen bei 40 %. Der Anteil derer, die beide Buchformate nutzen wollen, ist von 13% im Jahr 2013 auf 15% im Jahr 2014 gestiegen.²¹¹



Quelle: Eigene Darstellung nach Börsenverein des deutschen Buchhandels [5] [Zugriff am 17.11.2014]

Die favorisierte Buchgattung von E-Book-Käufern ist der Roman. 33 % aller Befragten, die im Jahr 2013 mindestens ein E-Book gekauft haben, favorisieren beim Lesen eines Romans das digitale Buch. Jedoch ist der Anteil im Vergleich zum Jahr 2012 um 13 % gefallen. Es lässt sich erkennen, dass mit 44 % der Trend bei Romanen dahin geht, dass beide Formate gleichermaßen genutzt werden. Wird hingegen ein Reiseführer gelesen oder Kindern ein Buch vorgelesen, machen dies 64 % bzw. 75 % lieber mit einem gedruckten Buch. Auch bei Ratgebern und Lehrbüchern liegt das klassische Buch mit 37 % bzw. 49 % vor dem E-Book.²¹²

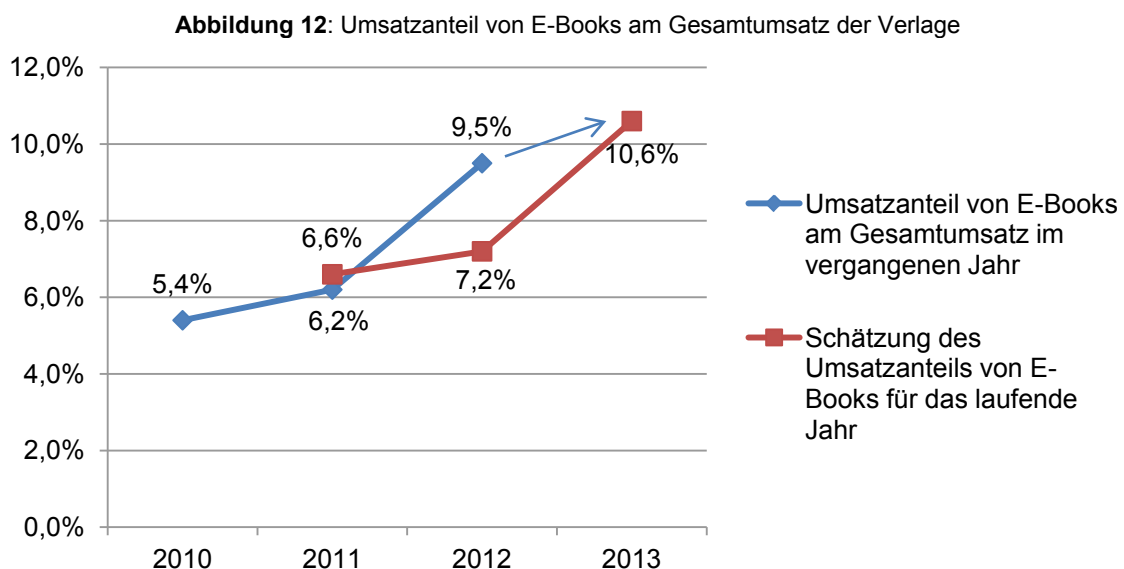
²¹¹ Vgl. Börsenverein des deutschen Buchhandels [5] [Zugriff am 17.11.2014]

²¹² Ebenda

Für 69 % der Befragten ist die Möglichkeit wichtig, ihre gekauften E-Books auf Lesegeräten verschiedener Anbieter lesen zu können, unabhängig davon bei welchem Anbieter sie das E-Book gekauft haben. Bei den E-Book-Käufern sind es sogar 80 % die diese Möglichkeit als wichtig einstufen, für 57 % davon ist es sehr wichtig.²¹³

c) Die Verlage und E-Books in Deutschland

Der nächste Abschnitt der Studie behandelt das Thema E-Books in Bezug auf die Verlage. Hierfür wurden im Jahr 2011 437 Verlage, im Jahr 2012 348 Verlage, im Jahr 2013 361 Verlage und im Jahr 2014 348 Verlage befragt. Der durchschnittliche Umsatzanteil von E-Books am Gesamtumsatz der Verlage stieg, wie in Abbildung 12 ersichtlich, stärker als gedacht von 6,2 % im Jahr 2011 auf 9,5 % im Jahr 2012. Damit hatten die Verlage im Jahr 2011 nicht gerechnet, die Schätzungen lagen damals für das Jahr 2012 bei 7,2 %. Für das Jahr 2013 wurde ein weiterer Anstieg auf 10,6 % prognostiziert. Für das Jahr 2015 schätzten die befragten Verlage im Jahr 2013, wie in den Jahren 2011 (Prognose: 16,2 %) und 2012 (Prognose: 17 %), einen Umsatzanteil der digitalen Bücher von 16,2 %.²¹⁴



Quelle: Eigene Darstellung nach Börsenverein des deutschen Buchhandels [4] [Zugriff am 15.10.2014]

²¹³ Vgl. Börsenverein des deutschen Buchhandels [5] [Zugriff am 17.11.2014]

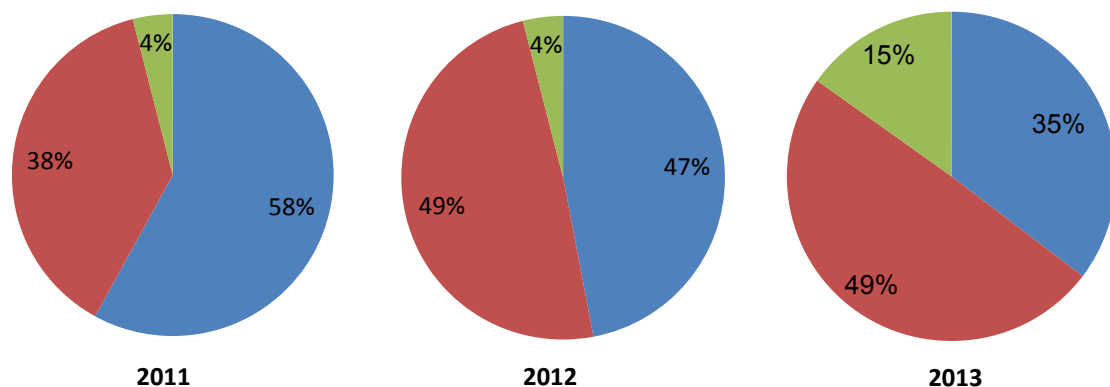
²¹⁴ Vgl. Börsenverein des deutschen Buchhandels [4] [Zugriff am 15.10.2014]

65 % aller befragten Verlage, also knapp zwei Drittel, hatten im Jahr 2013 digitale Bücher in ihrem Programm. Im Jahr 2012 waren es 53 % und im Jahr 2011 waren es 49 %. Bei den großen Verlagen hatten im Jahr 2013 alle E-Books in ihrem Sortiment, 2012 waren es 78 %. Und auch bei den kleinen Verlagen lässt sich ein Trend hin zum E-Book erkennen, denn immerhin haben im Jahr 2013 bereits 57 % dieser Verlage digitale Bücher vertrieben, 2012 waren es nur 48 %.²¹⁵

Im Jahr 2013 gehörten, wie Abbildung 13 zeigt, sowie im Jahr 2012 49 % der Titel, die als E-Book von den Verlagen vertrieben wurden, dem allgemeinen Sortiment an.²¹⁶ Danach reihten sich im Jahr 2013 mit 35 % Fachbücher und mit 15 % Schulbücher. In Bezug auf die Distribution von E-Books gewinnt für die Verlage vor allem der Online-Buchhandel an Bedeutung.²¹⁷ Im Jahr 2010 vertrieben 26 % der befragten Verlage E-Books direkt über die eigene Homepage, 59 % nutzten den Vertrieb über den Online-Buchhandel.²¹⁸ Der Direktvertrieb ist im Jahr 2013 mit 14 % gleich geblieben wie im Vorjahr und die Distribution über den Online-Buchhandel ist von 72% auf 74 % gestiegen.²¹⁹

Abbildung 13: Titel der Verlage, die als E-Book vertrieben wurden

■ Fachbuch ■ Allgemeines Sortiment ■ Schulbuch



Quelle: Eigene Darstellung nach Börsenverein des deutschen Buchhandels [4] und [5]

[Zugriff am 15.10.2014 und am 17.11.2014]

²¹⁵ Vgl. Börsenverein des deutschen Buchhandels [5] [Zugriff am 17.11.2014]

²¹⁶ Vgl. Börsenverein des deutschen Buchhandels [4] [Zugriff am 15.10.2014]

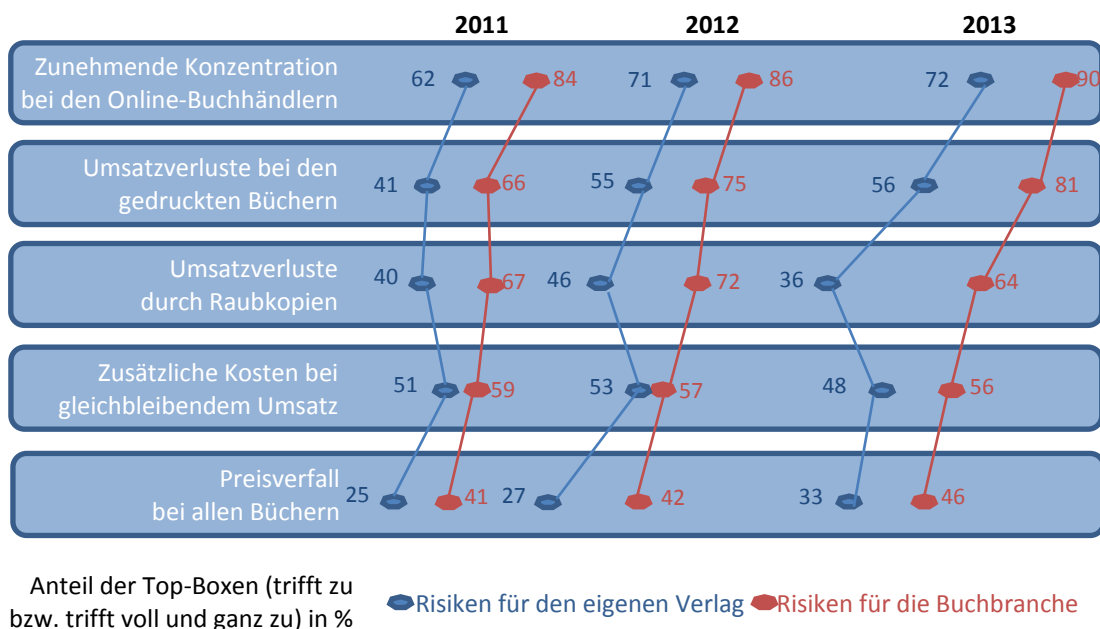
²¹⁷ Vgl. Börsenverein des deutschen Buchhandels [5] [Zugriff am 17.11.2014]

²¹⁸ Vgl. Börsenverein des deutschen Buchhandels [4] [Zugriff am 15.10.2014]

²¹⁹ Vgl. Börsenverein des deutschen Buchhandels [5] [Zugriff am 17.11.2014]

Jedoch bereitet die zunehmende Konzentration bei den Online-Buchhändlern den Verlagen Sorge. Dieser Trend wird im Jahr 2013 als immer größeres Risiko für den eigenen Verlag und die Buchbranche angesehen. 90 % der befragten Verlage sehen dies als Risiko für die gesamte Buchbranche, und 72 % für den eigenen Verlag. Eine weitere Sorge, die durch das zukünftige Aufstreben von digitalen Büchern bei den Verlagen entsteht, ist der Umsatzverlust von gedruckten Büchern. 81 % sehen dies als Risiko für die gesamte Branche, 56 % für den eigenen Verlag. Abbildung 14 zeigt alle von den Verlagen angegebenen Risiken, die sie für den eigenen Verlag bzw. für die Buchbranche befürchten.²²⁰

Abbildung 14: Risiken für den Verlag bzw. die Buchbranche



Quelle: Eigene Darstellung nach Börsenverein des deutschen Buchhandels [4] [Zugriff am 15.10.2014]

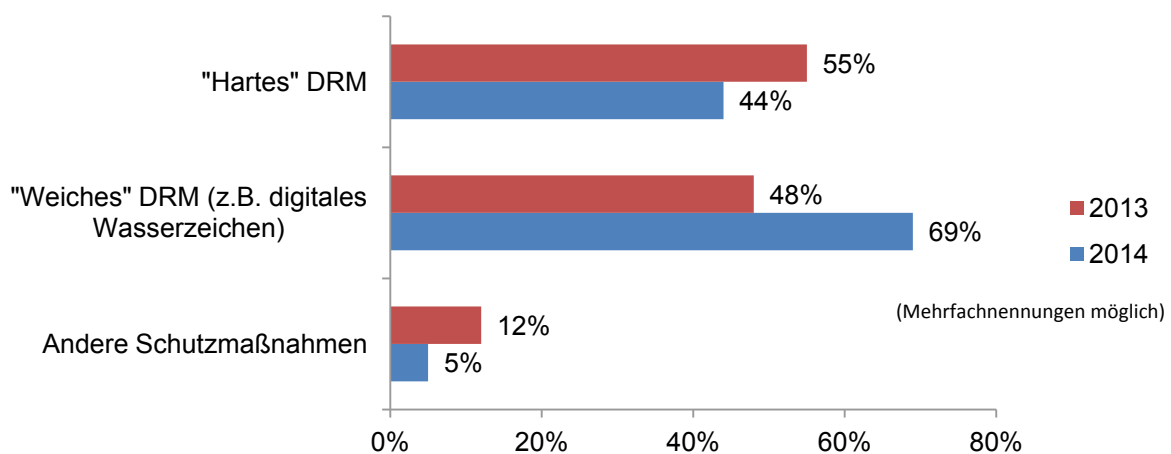
Bei der Frage nach dem Preisverhältnis von klassischem und digitalem Buch, gaben im Jahr 2014 85 % der befragten Verlage an, dass sie ihre E-Books günstiger als die Printversion anbieten. Bei 48 % der Verlage liegt der Preis für das E-Book mehr als 20 % unter dem Preis des gedruckten Buches.²²¹

²²⁰ Vgl. Börsenverein des deutschen Buchhandels [4] [Zugriff am 15.10.2014]

²²¹ Vgl. Börsenverein des deutschen Buchhandels [5] [Zugriff am 17.11.2014]

Auch zum Einsatz technischer Schutzmaßnahmen gegen eine unautorisierte Weiterverbreitung von E-Books wurden die Verlage befragt. Dabei gaben im Jahr 2014 62 % an, dass sie diese verwenden, im Jahr 2013 waren es demgegenüber erst 53 %. Unter all jenen Verlagen die Schutzmaßnahmen verwenden, kann ein Trend hin zum „weichen“ DRM (zum Beispiel digitale Wasserzeichen) verzeichnet werden. Waren es im Jahr 2013 noch 48 % die auf diese Schutzmaßnahme setzten, sind es im Jahr 2014 bereits 69 % die „weiches“ DRM bevorzugen. Demgegenüber ist die Zahl des Einsatzes von „hartem“ DRM gesunken. 2013 kam „hartes“ DRM bei 55 % zum Einsatz, im Jahr 2014 verwendeten es nur mehr 44 %. Diese Entwicklung ist in Abbildung 15 ersichtlich.²²²

Abbildung 15: Schutzmaßnahmen gegen eine unautorisierte Weiterverbreitung



Quelle: Eigene Darstellung nach Börsenverein des deutschen Buchhandels [5] [Zugriff am 17.11.2014]

d) Der Sortimentsbuchhandel und E-Books in Deutschland

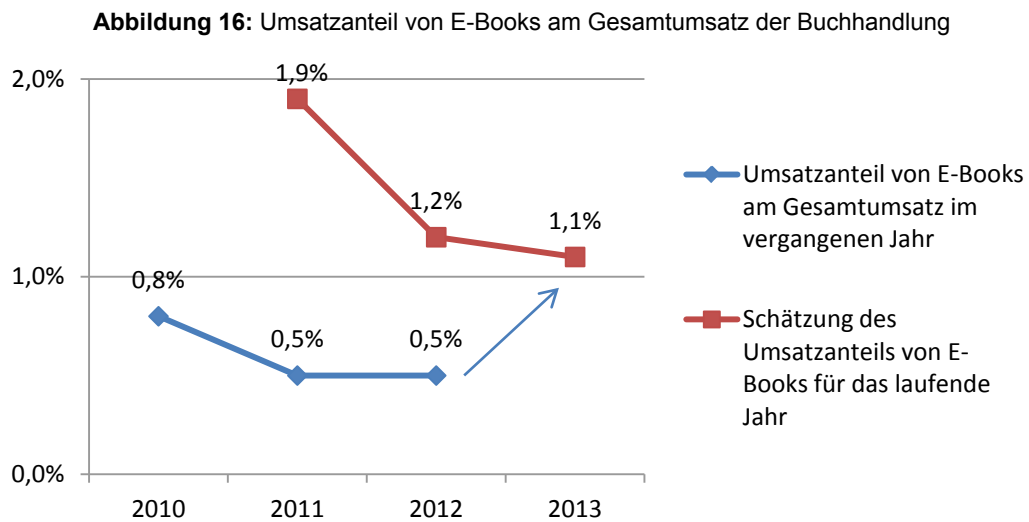
Der letzte Abschnitt der Studie behandelt den Sortimentsbuchhandel und das E-Book in Deutschland. Hierbei wurden 394 Sortimente im Jahr 2011, 410 Sortimente im Jahr 2012, 554 Sortimente im Jahr 2013 und 538 Sortimente im Jahr 2014 befragt.²²³

Abbildung 16 veranschaulicht den Umsatzanteil von E-Books am Gesamtumsatz der Buchhandlungen. Dabei wird ersichtlich, dass die Prophezeiung des durchschnittlichen Umsatzanteils von E-Books (ohne E-Reader) am Gesamtumsatz

²²² Vgl. Börsenverein des deutschen Buchhandels [5] [Zugriff am 17.11.2014]

²²³ Ebenda

von 1,2 % im Sortimentsbuchhandel nicht eingetroffen ist. Der durchschnittliche Umsatzanteil betrug im Jahr 2012 lediglich 0,5 % und stagnierte damit. Der Börsenverein führt dies auf die vielen Neueinsteiger im digitalen Geschäft zurück.²²⁴



Quelle: Eigene Darstellung nach Börsenverein des deutschen Buchhandels [4] [Zugriff am 15.10.2014]

Die Vorhersagen für das Jahr 2015, die im Jahr 2011 mit 9,2 % angegeben wurden, wurden im Jahr 2013 auf 3,2 % revidiert.²²⁵ Am Angebot dürfte diese Fehleinschätzung nicht liegen, denn das Angebot an digitalen Büchern in den Sortimentsbuchhandlungen steigt mit jedem Jahr, sodass 2013 73 % und 2014 bereits 79 % der Sortimente E-Books und / oder E-Reader anbieten.²²⁶

In Abbildung 17 werden die Barrieren für den Verkauf von E-Books bzw. E-Readern aufgelistet. Dabei wird ersichtlich, dass die Kluft zwischen dem schwindend geringen Umsatzanteil von E-Books am Gesamtumsatz der Sortimente und dem doch recht großzügigen Angebot derselben, durch die geringe Nachfrage entsteht. 80 % der befragten Buchhandlungen sehen die zu geringe Nachfrage als Barriere zur Teilnahme am E-Book-Markt. An zweiter Stelle der Hindernisse stehen mit 61 % die geringen Gewinn- und Umsatzmargen, an dritter Stelle führen die befragten Buchhandlungen mit 54 % das zu komplizierte Handling in Bezug auf Kopierschutz,

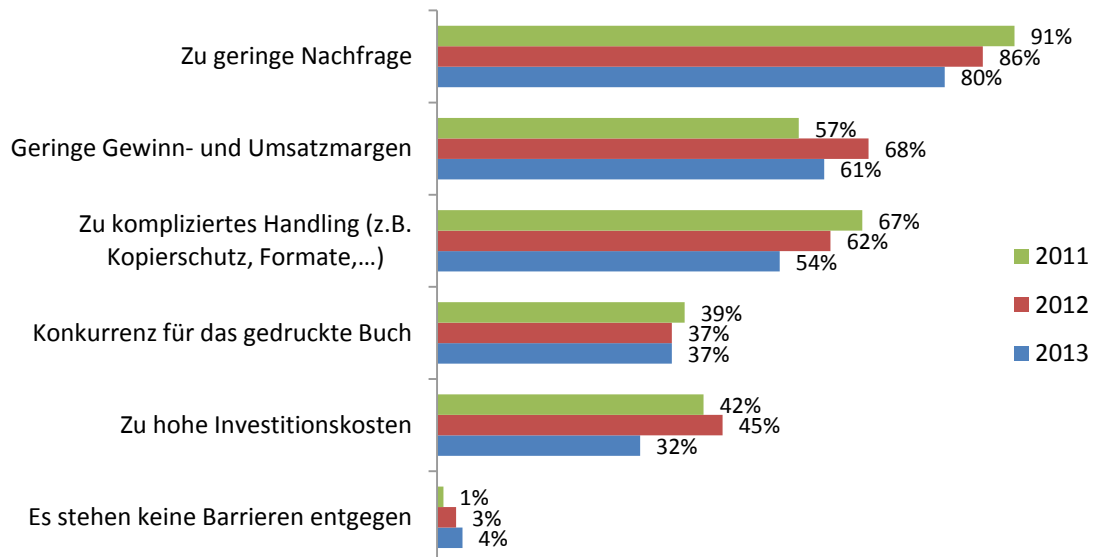
²²⁴ Vgl. Börsenverein des deutschen Buchhandels [4] [Zugriff am 15.10.2014]

²²⁵ Ebenda

²²⁶ Vgl. Börsenverein des deutschen Buchhandels [5] [Zugriff am 17.11.2014]

Formate, etc. an. Insgesamt jedoch empfinden die Sortimente die von ihnen angegebenen Barrieren im Vergleich zu den Vorjahren als geringeres Hindernis.²²⁷

Abbildung 17: Barrieren für den Verkauf von E-Books bzw. E-Readern



Quelle: Eigene Darstellung nach Börsenverein des deutschen Buchhandels [4] [Zugriff am 15.10.2014]

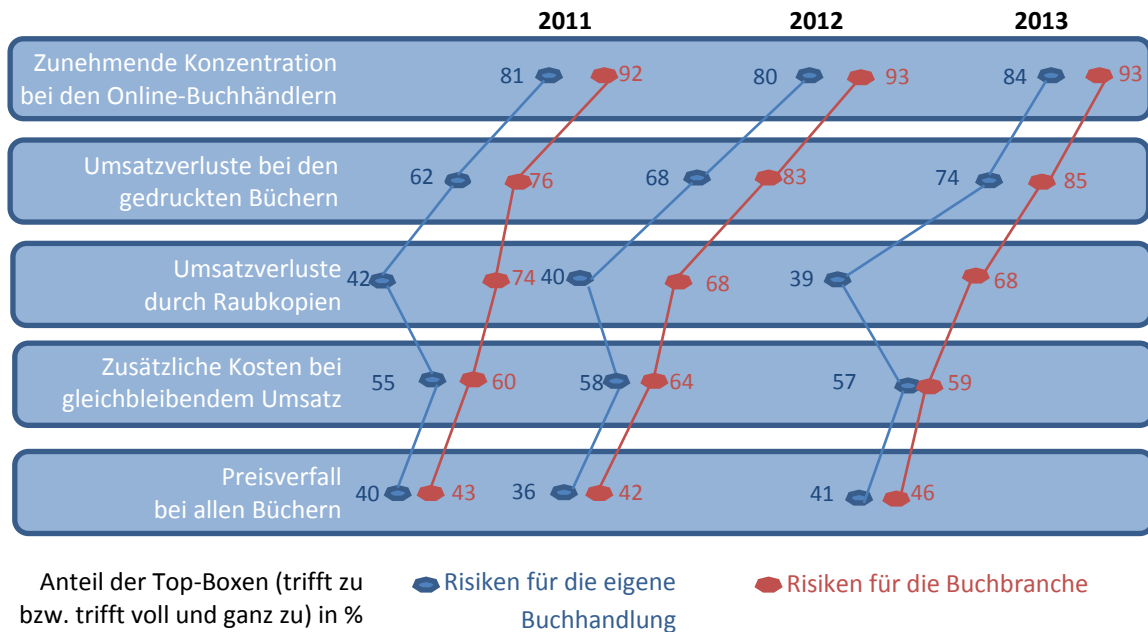
Als Risiko im Zusammenhang mit der zukünftigen Entwicklung der E-Books sehen auch die Sortimente vor allem die zunehmende Konzentration bei den Online-Buchhändlern. 93 % empfinden dies als Risiko für die gesamte Buchbranche und 84 % für die eigene Buchhandlung. An zweiter Stelle der Risiken sehen die befragten Sortimente Umsatzverluste bei den gedruckten Büchern, gefolgt von Umsatzverlusten durch Raubkopien. Abbildung 18 zeigt alle von den Buchhandlungen angegebenen Risiken, die sie für die eigene Buchhandlung bzw. für die Buchbranche befürchten.²²⁸ Jede zweite Buchhandlung prognostiziert für das Jahr 2015 aufgrund des wachsenden E-Book-Marktes einen durchschnittlichen Umsatzrückgang im „klassischen Sortiment“ von 16 %. Diese Prognose der Buchhändler hat sich seit 2011 nicht verändert.²²⁹

²²⁷ Vgl. Börsenverein des deutschen Buchhandels [4] [Zugriff am 15.10.2014]

²²⁸ Ebenda

²²⁹ Ebenda

Abbildung 18: Risiken für die Buchhandlung bzw. die Buchbranche



Quelle: Eigene Darstellung nach Börsenverein des deutschen Buchhandels [4] [Zugriff am 15.10.2014]

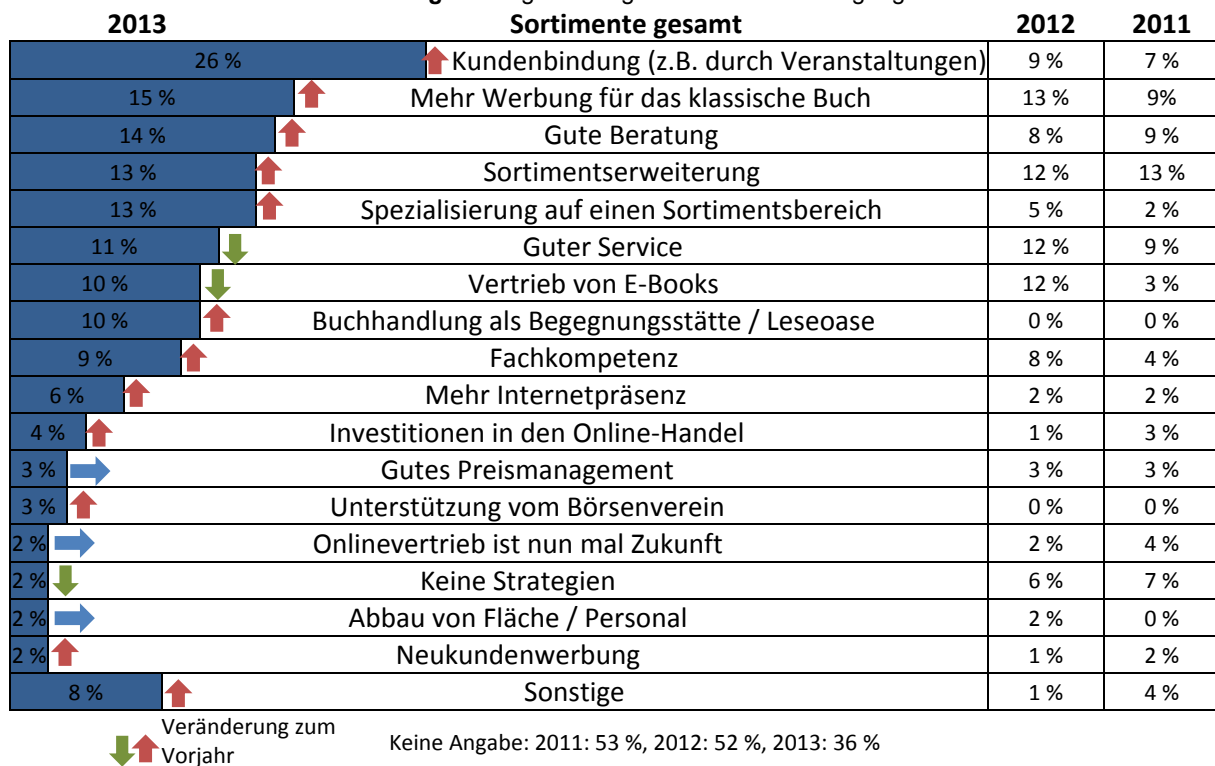
Die wichtigsten Maßnahmen um diesem Umsatzrückgang entgegenzuwirken, stellt Abbildung 19 dar. An erster Stelle steht für 26 % der befragten Sortimente im Jahr 2013 die Kundenbindung. Im Vergleich zum Jahr 2012 sind dies um 17 % mehr Sortimente, die diese Strategie als wichtigste Maßnahme angeben. 15 % sehen eine wichtige Maßnahme in der verstärkten Werbung für das klassische Buch, 14 % in einer guten Beratung. Weitere Gegenstrategien sind zum Beispiel eine Sortimentserweiterung, die Spezialisierung auf einen Sortimentsbereich und ein guter Service. Erst an 7. Stelle steht mit 10 % der Vertrieb von E-Books. Im Vergleich zum Jahr 2012 sind dies um 2 % weniger Sortimente, die diese Maßnahme als geeignet ansehen. Zu erwähnen ist auch noch die Strategie, die Buchhandlung als Begegnungsstätte bzw. Leseoase zu gestalten. Dies sehen 10 % der befragten Sortimente als wichtig an, in den Vorjahren ist diese Maßnahme noch nicht erwähnt worden.²³⁰

Der durchschnittliche Ladenpreis von E-Books ging in den letzten Jahren zurück, was wohl vor allem an der Miteinberechnung der Self-Publishing-Titeln liegen dürfte, die

²³⁰ Vgl. Börsenverein des deutschen Buchhandels [4] [Zugriff am 15.10.2014]

generell einen niedrigeren Preis aufweisen und deren Zahl in den letzten Jahren enorm gestiegen ist. So lag der durchschnittliche E-Book-Preis im Jahr 2010 noch bei EUR 10,71, sank im Jahr 2011 auf EUR 8,03 und im Jahr 2012 auf EUR 7,72.²³¹ Im Jahr 2013 blieb er mit EUR 7,58 im Vergleich zum Vorjahr relativ konstant.²³²

Abbildung 19: Gegenstrategien zum Umsatzrückgang



Quelle: Eigene Darstellung nach Börsenverein des deutschen Buchhandels [4] [Zugriff am 15.10.2014]

4.2.3 DER ONLINE-BUCHHANDEL

Wie in der Studie bereits erwähnt, sehen sowohl die Verlage, als auch die Sortimentsbuchhandlungen das größte Risiko im Zusammenhang mit der zukünftigen Entwicklung der E-Books in der Konzentration bei den Online-Buchhändlern.

²³¹ Vgl. Meier [1] [Zugriff am 31.12.2014]

²³² Vgl. Börsenverein des deutschen Buchhandels [5] [Zugriff am 17.11.2014]

In der heutigen Zeit ist der Kauf und Verkauf diverser Gegenstände und digitaler Medien über das Internet selbstverständlich geworden. Vor allem Bücher eignen sich aus Sicht der Konsumenten für diese Art des Erwerbs. Bücher sind Produkte, die vor dem Kauf physisch und haptisch nicht überprüft werden müssen, ihre Inhaltstexte lassen sich gut online abbilden (viele Anbieter bieten einen „Blick ins Buch“, wodurch der Kunde einige Seiten in der Vorschau ansehen kann), Bestseller-Rankings bieten Produktempfehlungen und durch Kundenrezessionen bekommt man einen Eindruck davon, wie andere Leser das Buch beurteilen. Zudem lässt sich ein Buch leicht verpacken und der Versand ist oftmals kostenlos.²³³ Und bei E-Books fallen die physische und haptische Überprüfung, sowie die Verpackung und der Versand ohnehin weg.

4.2.3.1 KONZENTRATION BEI DEN ONLINE-BUCHHÄNDLERN

Das Risiko und die Herausforderung für die Verlage und die stationären Buchhändler, vor allem auch in Verbindung mit dem wachsenden E-Book-Geschäft, liegen insbesondere in der zunehmenden Konzentration bei den Online-Buchhändlern.²³⁴ Die Tatsache, dass immer mehr Konsumenten ihre Bücher online bestellen, wurde von vielen stationären Buchhändlern nicht rechtzeitig erkannt und daher haben sie keine entsprechenden Maßnahmen, wie etwa einen eigenen Online-Vertrieb, in die Wege geleitet.

Die Liste der größten Buchhändler in Deutschland, Österreich und der Schweiz wurde laut *buchreport.de* im Jahr 2012 von der *Thalia Holding* mit einem Umsatz von EUR 984 Millionen angeführt. Danach folgten die *DBH Deutsche Buch Handels GmbH & Co. KG* (EUR 695 Millionen), die *Schweitzer Fachinformationen* (EUR 182 Millionen), die *Mayersche Buchhandlungen* (EUR 170 Millionen) und *Orell Füssli* (EUR 95,4 Millionen). Im Bereich des Online-Buchhandels war *Amazon* der unangefochtene Marktführer.²³⁵ Auf dem E-Book-Markt verzeichnete *Amazon* laut einer *GfK*-Studie für das Jahr 2012 41 % Marktanteil. Dahinter reihten sich, weit abgeschlagen vom Marktführer, *Weltbild* mit 18 %, *Thalia* (mit *buch.de* und *bol.de*)

²³³ Vgl. Lambertz [Zugriff am 31.12.2014]

²³⁴ Ebenda

²³⁵ Ebenda

mit 16 % und *Apple* mit 10 % Marktanteil.²³⁶ Im Jahr 2013 konnte Amazon seinen Marktanteil weiter auf 43 % ausbauen.²³⁷

4.2.3.2 AMAZON IN DEUTSCHLAND

In Deutschland betrug der Umsatz des amerikanischen Unternehmens im Jahr 2013 nach eigenen Angaben USD 10,535 Milliarden (umgerechnet rund EUR 9,4 Milliarden), was einem Umsatzwachstum von ca. 21 % im Vergleich zum Jahr 2012 und einer Verdoppelung des Umsatzes im Vergleich zum Jahr 2010 entspricht. Großbritannien reiht sich mit einem Umsatz von USD 7,3 Milliarden (umgerechnet rund EUR 6,5 Milliarden) hinter Deutschland ein. Hier konnte *Amazon* nur ein Umsatzwachstum von 13 % im Vergleich zum Vorjahr erzielen.²³⁸

Laut dem *deutschen Einzelhandelsverband* steigerte sich der Gesamtumsatz des deutschen Online-Handels von EUR 29,5 Milliarden im Jahr 2012²³⁹ auf EUR 33,1 Milliarden im Jahr 2013. Betrachtet man diese Zahlen in Bezug auf den Umsatz von *Amazon* in Deutschland, zeigt sich, dass *Amazon* auch im Jahr 2013 für fast ein Viertel des gesamten deutschen Online-Handels verantwortlich war.²⁴⁰ Um seinem wachsenden deutschen Markt gerecht zu werden, hat das amerikanische Unternehmen in Deutschland sein Distributionsnetz in den letzten Jahren weiter ausgebaut, und besitzt nun acht Distributionsstandorte. Weitere sollen folgen.²⁴¹

Zu den Umsätzen, die das Unternehmen im Online-Geschäft mit Büchern erwirtschaftet hat, gibt es von Seiten *Amazons* keine Zahlen. Den Medien-Anteil seiner „International-Shops“, also seiner Niederlassungen außerhalb Nordamerikas, gibt *Amazon* im Jahr 2012 mit 41 % an. Auf dieser Grundlage liegen die Schätzungen des Medien-Umsatzes für Deutschland im Jahr 2012 bei über EUR 2,7 Milliarden, was weiters zu einem geschätzten Umsatz mit Büchern von EUR 1,6 bis 1,9 Milliarden führen würde, und ca. 20 % des gesamten deutschen Buchmarktes ausmacht.²⁴² Das ergibt laut *Bundesverband der Versandbuchhändler* einen Anteil

²³⁶ Vgl. Meier [2] [Zugriff am 31.12.2014]

²³⁷ Vgl. boersenblatt.net [11] [Zugriff am 05.01.2015]

²³⁸ Vgl. Buchreport [11] [Zugriff am 05.01.2015]

²³⁹ Vgl. Lindner und Knop [Zugriff am 31.12.2014]

²⁴⁰ Vgl. Buchreport [11] [Zugriff am 05.01.2015]

²⁴¹ Vgl. Lindner und Knop [Zugriff am 31.12.2014]

²⁴² Vgl. Buchreport [4] [Zugriff am 20.10.2014]

von *Amazon* am gesamten Online-Buchhandel im Jahr 2012 von 74 %.²⁴³ Für das Jahr 2013 liegen die Schätzungen bei rund 82 %. Wachstumstreiber war dabei das E-Book.²⁴⁴

Vergleicht man diese Schätzungen mit den Umsätzen der deutschen Buchhändler, so zeigt sich, dass *Amazons* gesamte Medien-Umsätze in Deutschland so groß wie die gesamten Erlöse von *Weltbild*, *DBH* und *Thalia* zusammen sind. Betrachtet man nur die Buchumsätze in Deutschland, liegt der amerikanische Online-Gigant gleich auf mit der Allianz aus *Weltbild* und *Hugendubel*, die einen Umsatz von EUR 1,59 Milliarden im Geschäftsjahr 2011/2012 erwirtschafteten.²⁴⁵

Dies zeigt, dass *Amazon* auch in Deutschland mit seiner aggressiven Expansionspolitik immer mehr Kunden auf seine Seite zieht. Mit Preisen für Hardware, die günstigstenfalls die Selbstkosten decken, und Aktionen, wie „2-Euro-E-Books“, lenkt *Amazon* die Aufmerksamkeit auf sich.²⁴⁶ Im Rahmen dieser „2-Euro-E-Books“-Aktion wurden zum Beispiel 2 Wochen lang 20 digitale Bücher für je EUR 2 angeboten. Bei diesen Titeln handelte es sich um Übersetzungen erfolgreicher englischsprachiger Literatur, was zahlreiche Leser zum Kauf animierte. Viele dieser Titel dominierten dadurch die *Amazon*-Bestsellerliste, und *Amazon* genoss als Verleger die volle Preishoheit und Exklusivität, da man die Bücher nur über *Amazon* erwerben konnte. Zu spüren bekommen solche Aktionen natürlich Verlage und allen voran Selbstverleger, die dadurch von den oberen Plätzen der Bestsellerlisten verdrängt werden.²⁴⁷

4.2.3.3 DEUTSCHE BUCHHÄNDLER SETZEN SICH ZUR WEHR

Die Buchhändler *Weltbild*, *Thalia*, *Hugendubel* und *Club Bertelsmann* haben sich Anfang 2013 zusammengeschlossen, um dem Marktführer *Amazon* Paroli zu bieten. Mit einem eigenen Lesegerät, dem *tolino shine*, welcher mit einer umfangreichen Werbekampagne beworben wurde, brachten sie ein Konkurrenz-Produkt zu *Amazons Kindle* auf den Markt. Als ein wesentlicher Vorteil des deutschen E-

²⁴³ Vgl. Buchreport [5] [Zugriff am 21.10.2014]

²⁴⁴ Vgl. boersenblatt.net [12] [Zugriff am 05.01.2015]

²⁴⁵ Vgl. Buchreport [4] [Zugriff am 20.10.2014]

²⁴⁶ Vgl. Haupt [1] [Zugriff am 25.09.2014]

²⁴⁷ Vgl. Haupt [2] [Zugriff am 26.09.2014]

Readers wird sein offenes Vertriebssystem genannt, wodurch *tolino*-Käufer bei allen beteiligten Buchhändlern ihre E-Books erwerben können.²⁴⁸

Betrachtet man die Angaben des Marktforschungsunternehmens *GfK* am Ende des Jahres 2013, dürfte die Strategie der Buchhändler aufgegangen sein. *Amazons* Marktanteil für E-Books ist demnach von 48 % im zweiten Quartal auf 43 % im dritten Quartal des Jahres 2013 gesunken. Die Buchhändler rund um den *tolino* erreichen demgegenüber bereits 37 %.²⁴⁹

Um den *tolino shine* auch weiter unter die E-Book-Leser zu bringen, führte *Thalia* zum Beispiel Ende 2013 eine Umtausch-Aktion durch. Kunden bekamen eine Gutschrift von EUR 50 beim Kauf eines neuen *tolino shine*, wenn sie *Thalia* im Gegenzug dazu ihren „alten“ *Sony Reader* schickten.²⁵⁰

Im nächsten Abschnitt werden zwei Unternehmen dieser Allianz gegen *Amazon* vorgestellt, nämlich *Weltbild* und *Thalia*. Es soll vor allem ihre Multi-Channel Strategie und damit ihre Präsenz im Online-Handel näher beleuchtet werden. Die Entwicklungen rund um den *tolino* werden im Kapitel „4.2.3.4. *Weltbild*“ miteinbezogen.

4.2.3.4 WELTBILD

Die Verlagsgruppe *Weltbild*, welche die Vertriebsmarken *Weltbild*, *Jokers*, *KIDOH* und *buecher.de* umfasst, gehört nicht nur in Deutschland zu den Marktführern im Buch- und Medienhandel, sondern ist auch in Österreich und der Schweiz mit zahlreichen Filialen am Markt unter den Spitzenreitern vertreten. Zum Sortiment der Verlagsgruppe zählen nicht nur Bücher, E-Books und Musik, sondern auch DVDs, Software und Games, Spielwaren, Haushalts- und Geschenkartikel.²⁵¹ In den letzten Jahren machte das Unternehmen vor allem durch seine notwendig gewordene Unternehmenssanierung und den damit verbundenen Insolvenzantrag im Jänner 2014 von sich reden.

²⁴⁸ Vgl. derStandard.at [2] [Zugriff am 30.12.2014]

²⁴⁹ Ebenda

²⁵⁰ Vgl. Haupt [4] [Zugriff am 31.12.2014]

²⁵¹ Vgl. Bücher-Wiki [Zugriff am 31.12.2014]

Die Verlagsgruppe *Weltbild* gehörte bis dahin 12 katholischen deutschen Diözesen, dem Verband der Diözesen Deutschlands und der Soldatenseelsorge Berlin. Ursache für die Umsatzrückgänge und den damit einhergehenden Insolvenzantrag soll vor allem die nicht konsequent durchgeführte Umstellung vom analogen Buchhändler zum Onlinehändler gewesen sein.²⁵²

Im August 2014 übernahm die *Droege International Group AG* mit einem Anteil von 60 % die Mehrheit der *Weltbild* Verlagsgruppe und steuerte EUR 20 Millionen zum Kapital des Unternehmens bei. Die restlichen 40 % werden vorerst vom Insolvenzverwalter, der die Gläubiger vertritt, gehalten.²⁵³

E-Commerce

Im Jahr 1997 startete das E-Commerce-Geschäft von *Weltbild* mit dem ersten Online-Auftritt.²⁵⁴ Im Juni 1999 gründete *Weltbild* gemeinsam mit den Konzernen *Axel Springer*, *T-Online* und *Holtzbrinck* den Internet-Buchshop *Booxtra*, der 2001 die Online-Buchhandlung *buecher.de* erwarb.²⁵⁵ Im Frühjahr 2000 ging *Weltbild* mit *jokers.de* online. *Jokers* vertreibt nach eigenen Angaben hochwertige Restauflagen und Sonderausgaben zu günstigen Preisen.²⁵⁶ Im Jahr 2003 erfolgte gemeinsam mit *T-Online* und *Holtzbrinck* die Übernahme des niederländischen Online-Medienshops *bol.com*.²⁵⁷ 2006 ging das Unternehmen mit der *Quelle GmbH* eine Vertriebskooperation ein. Auf *quelle.de* präsentierte der *Weltbild Verlag* ca. 15.000 Medienprodukte, bis Mitte 2007 wurde das Angebot auf über 500.000 Produkte erweitert.²⁵⁸

2007 hat sich im E-Commerce-Bereich des Unternehmens einiges ereignet. *Weltbild* stockte sein Online-Sortiment um Musikdownloads auf und beteiligte sich an der Plattform *booklooker.de*.²⁵⁹ Diese Plattform zählt mittlerweile (Stand: Januar 2013) zu den größten Bücher-Marktplätzen im deutschsprachigen Raum.²⁶⁰ Durch die Beteiligung von *Weltbild* konnte man ab diesem Zeitpunkt unter *weltbild-*

²⁵² Vgl. Giersberg [Zugriff am 31.12.14]

²⁵³ Vgl. religion.ORF.at [Zugriff am 31.12.2014]

²⁵⁴ Vgl. Augsburgwiki [1] [Zugriff am 31.12.2014]

²⁵⁵ Vgl. Kruse (2004), S. 82

²⁵⁶ Vgl. Augsburgwiki [2] [Zugriff am 31.12.2014]

²⁵⁷ Vgl. Augsburgwiki [1] [Zugriff am 31.12.2014]

²⁵⁸ Ebenda

²⁵⁹ Ebenda

²⁶⁰ Vgl. booklooker.de [Zugriff am 31.12.2014]

marktplatz.de, einer Plattform die von *Booklooker* betrieben wird, gebrauchte und antiquarische Bücher kaufen und verkaufen.²⁶¹ 2007 gab *Weltbild* außerdem ein digitales Internet-Magazin zu den Themen Film und Musik heraus, und *Jokers* ging mit seinem *bloggernetz.de* und einem Bücher-Wiki über Bücher und Literatur online.²⁶²

2008 erweiterte *Jokers* sein Internetsortiment um Hörbuchdownloads und mit *iTunes* um Musikdownloads, 2009 kamen E-Books hinzu. In diesem Jahr verkaufte die Verlagsgruppe auch ihre Anteile am Internetshop *bol.com*. Außerdem strich sie die Versandkosten von EUR 3,99 bei *weltbild.de*. Anfang 2012 wurden *Weltbild* und *Hugendubel* im Rahmen ihrer digitalen Zukunftsstrategie Gesellschafter des Online-Kiosks *Pubbles*.²⁶³

Im März 2013 brachten die Buchhändler *Thalia*, *Weltbild*, *Hugendubel* und *Club Bertelsmann*, sowie die *deutsche Telekom* das digitale Lesegerät *tolino shine* mit Cloud-Lösung auf den Markt. Die *Telekom* stellt bei dieser Kooperation die innovativen Lesegeräte, sowie die technische Plattform zur Verfügung, die Buchhändler kümmern sich um den Vertrieb und die kompetente Beratung.²⁶⁴

Im Juli 2013 kam mit dem „*Tablet PC Junior+*“ ein Tablet von *Weltbild* auf den Markt, das speziell für Kinder entwickelt wurde. Dieses Endgerät ist unter anderem mit einer Kindersicherung ausgestattet, und soll die Kleinsten in die mobile Welt einführen.²⁶⁵

Zum Weihnachtsgeschäft 2013 wurde die *tolino*-Gerätefamilie um zwei Tablets erweitert, und die *tolino*-Partner haben ihre Kooperation durch die neue Funktion „Bibliothek verknüpfen“ vertieft. Mit Hilfe dieser Funktion können die bei den verschiedenen *tolino*-Partnern gekauften E-Books fortan in einer zentralen Bibliothek in der Cloud gespeichert werden, und von jedem Endgerät aus genutzt werden.²⁶⁶ Im April 2014 kam mit dem *tolino vision*, der ein innovatives Flachdisplay und technische

²⁶¹ Vgl. *Weltbild Marktplatz* [Zugriff am 31.12.2014]

²⁶² Vgl. *Augsburgwiki.de* [1] [Zugriff am 31.12.2014]

²⁶³ Ebenda

²⁶⁴ Vgl. *Thalia.de* [1] [Zugriff am 31.12.2014]

²⁶⁵ Vgl. *Verlagsgruppe Weltbild* [1] [Zugriff am 31.12.2014]

²⁶⁶ Vgl. *Verlagsgruppe Weltbild* [2] [Zugriff am 31.12.2014]

Neuerungen aufweist, eine verbesserte Version des Lesegeräts auf den Markt.²⁶⁷ Im Juli 2014 konnte mit dem belgischen Unternehmen „*Standaard Boekhandel*“ ein erster internationaler *tolino*-Partner gewonnen werden, der den E-Reader in seinen Filialen und über seinen Webshop vertreibt.²⁶⁸

Im August 2014 übernahm *Weltbild* die Anteile der *Axel Springer SE* an *buecher.de* und hält seitdem 100 % des Online-Unternehmens.²⁶⁹ Damit alle Buchhandlungen in Deutschland einen Zugang zum offenen *tolino*-System bekommen, ging die *tolino*-Allianz im Oktober 2014 eine Kooperation mit dem Buchgroßhändler *Libri* ein. Jedes verkaufte Lesegerät ist somit automatisch mit dem Webshop des Buchhändlers verbunden, wo es gekauft wurde. Im November 2014 wurde die Internationalisierung von *tolino* vorangetrieben, und eine Partnerschaft mit einem italienischen Online-Buchhändler eingegangen.²⁷⁰ Im Dezember 2014 erweiterte *Weltbild* sein Sortiment durch eine Kooperation mit *Spreadshirt*, einem Onlineshop für Print-on-Demand Kleidung und Accessoires.²⁷¹

4.2.3.5 THALIA

Die *Thalia Holding GmbH* ist mit ihren knapp 300 Buchhandlungen in Deutschland, Österreich und der Schweiz unter den Spitzenreitern der Buchbranche zu finden. In den Jahren 2001 bis 2012 waren die Gesellschafter der *Thalia Gruppe* die *Douglas Holding AG* und die *Könnecke Beteiligungsgesellschaft*.²⁷² Seit dem Frühjahr 2012 hält die *Douglas Holding AG* 100 % des Unternehmens.²⁷³ Im deutschsprachigen Sortimentsbuchhandel ist *Thalia* unangefochtener Marktführer.²⁷⁴ Am E-Book-Markt reiht sie sich hinter *Amazon* und *Weltbild* ein.

Auch die *Thalia Gruppe* wurde von der Digitalisierung des Marktes und dem veränderten Kundenkaufverhalten nicht verschont. Umsätze fallen, Traditionsstandorte müssen aufgegeben und Buchflächen reduziert werden. Eine

²⁶⁷ Vgl. Verlagsgruppe Weltbild [3] [Zugriff am 31.12.2014]

²⁶⁸ Vgl. Verlagsgruppe Weltbild [4] [Zugriff am 31.12.2014]

²⁶⁹ Vgl. Verlagsgruppe Weltbild [5] [Zugriff am 31.12.2014]

²⁷⁰ Vgl. Verlagsgruppe Weltbild [6] [Zugriff am 31.12.2014]

²⁷¹ Vgl. Verlagsgruppe Weltbild [7] [Zugriff am 31.12.2014]

²⁷² Vgl. Thalia.at [2] [Zugriff am 31.12.2014]

²⁷³ Vgl. Buchreport [9] [Zugriff am 31.12.2014]

²⁷⁴ Vgl. Thalia.at [1] [Zugriff am 31.12.2014]

strategische Neuausrichtung wurde 2012 festgelegt, um weiterhin am Markt bestehen und flexibel auf Trends reagieren zu können. Diese Neuausrichtung beinhaltet Investitionen in Zusatzsortimente (wie zum Beispiel Filme und Bastelmaterial), in neue Themenwelten, in Lesefestivals, in Webplattformen (*buch.de*, *thalia.de*, u.a.) und digitale Inhalte. Vor allem das E-Commerce-Geschäft soll stetig weiter ausgebaut werden. Außerdem soll die 2013 eingegangene *tolino*-Allianz mit der Konkurrenz bei der Neuorientierung helfen.²⁷⁵ Während *Thalia* in Deutschland aufgrund dieser notwendig gewordenen Neuausrichtungen ca. 20 Filialen schließen musste, wurden in Österreich neben den bereits 35 bestehenden im Jahr 2014 weitere Standorte eröffnet. Laut *Thalia*-Chef Michael Busch sind die Umsätze mit E-Books seit Oktober 2012 in den dreistelligen Bereich gestiegen, und auch der Online-Kanal verbucht ein zweistelliges Wachstum. Für den Weg in die digitale Welt wurde eben auch die Zusammenarbeit mit der Konkurrenz in Kauf genommen.²⁷⁶

E-Commerce

2001 begann mit dem Zusammenschluss auch die Online-Strategie von *Thalia*, da die *Douglas-Gruppe* sich bereits 1999 am Online-Buchhändler *buch.de* beteiligt hatte. *Buch.de* erwarb 2001 den Schweizer Internetbuchhändler *buch.ch*, und ein Jahr darauf die Online-Buchhandlung *bol.de*.²⁷⁷

Im Frühjahr 2009 ging die *Thalia-Gruppe* eine Kooperation mit *Sony* ein, und brachte mit dem E-Reader *PRS-505* das erste Lesegerät nach Deutschland.²⁷⁸ Mit dem Verkauf dieses E-Readers begann für das japanische Unternehmen eine lange Zeit der Marktführerschaft im Bereich der elektronischen Lesegeräte in Deutschland.²⁷⁹ Im Herbst 2010 brachte *Thalia* sein Lesegerät *OYO* auf den Markt, und ging mit seinem E-Book-Shop online.²⁸⁰ 2011 brachte das Unternehmen die zweite Generation, den *OYO II*, und eine eigene E-Reading-App auf den Markt. Außerdem erwarb *Thalia* den führenden Anbieter von E-Books und plattformübergreifenden E-Book-Apps *textunes* um seine Marktposition im Bereich des digitalen Lesens zu

²⁷⁵ Vgl. boersenblatt.net [4] [Zugriff am 30.12.2014]

²⁷⁶ Vgl. Kurier [Zugriff am 31.12.2014]

²⁷⁷ Vgl. Thalia.at [2] [Zugriff am 31.12.2014]

²⁷⁸ Vgl. Sebayang [Zugriff am 31.12.2014]

²⁷⁹ Vgl. Haupt [4] [Zugriff am 31.12.2014]

²⁸⁰ Vgl. Thalia.de [2] [Zugriff am 31.12.2014]

stärken und seine „Smart-Reading-Strategie“ weiter auszubauen.²⁸¹ Auf seiner Homepage gibt das Unternehmen an, dass es unter Smart-Reading versteht, dass seine Kunden sowohl den Content als auch die Endgeräte frei wählen können.²⁸²

2012 erweiterte *Thalia* sein Sortiment an E-Book-Readern mit dem *Cybook Odyssey* des französischen Herstellers *Booken* und dem *4ink* von *Trekstor*. Außerdem eröffnete das Unternehmen ein Shop-in-Shop - Konzept mit dem österreichischen Computerspezialisten *DiTech*, und eine E-Reading-Lounge. Die Kunden sollen in der Lounge die aktuellen Lesegeräte testen können und eine kompetente Beratung erhalten.²⁸³ Im März 2013 brachte *Thalia*, wie bereits oben erwähnt, mit *Hugendubel*, *Club Bertelsmann* und der deutschen *Telekom* das digitale Lesegerät *tolino shine* auf den Markt.²⁸⁴ Im April 2013 startete *Thalia* erstmalig seine eBook-Wochen, in denen das Unternehmen seinen Fokus auf die Zukunft des Lesens richtet und seinen Kunden spezielle Beratung und Aktionen in Bezug auf das digitale Lesen zukommen lassen will. Ziel ist es den Nutzern vor allem den Einstieg in die digitale Lesewelt zu erleichtern.²⁸⁵ Im September 2013 sponserte das Unternehmen digitale Lesegeräte für eine österreichische Volksschulklasse, und im November 2013 zeichnete die Arbeiterkammer Oberösterreich *Thalias* E-Reading-App als Testsieger aus.²⁸⁶

Anfang 2014 berichtete *Thalia* von einem Umsatzplus beim Verkauf von E-Books im Weihnachtsgeschäft 2013 gegenüber dem Vorjahr von 80 %.²⁸⁷ Das Shop-in-Shop – Konzept mit *DiTech* musste aufgrund der Insolvenz des Computerspezialisten im Frühjahr 2014 wieder gelöst werden. *Thalia* kündigte jedoch an, auf der Suche nach neuen Kundenlösungen zu sein.²⁸⁸

²⁸¹ Vgl. boersenblatt.net [5] [Zugriff am 31.12.2014]

²⁸² Vgl. Thalia.de [2] [Zugriff am 31.12.2014]

²⁸³ Vgl. Thalia.at [3] [Zugriff am 31.12.2014]

²⁸⁴ Vgl. Thalia.de [1] [Zugriff am 31.12.2014]

²⁸⁵ Ebenda

²⁸⁶ Vgl. Thalia.at [3] [Zugriff am 31.12.2014]

²⁸⁷ Vgl. Thalia.de [1] [Zugriff am 31.12.2014]

²⁸⁸ Vgl. Buchreport [8] [Zugriff am 31.12.2014]

4.2.4 ÖSTERREICH

Als im April 2009 mit dem *PRS-505* von *Sony* das erste Lesegerät für digitale Bücher auf den österreichischen Markt kam, war, so glaubte man, der Grundstein für eine rasante Entwicklung des E-Book-Marktes in Österreich getan. *Sony* ist dabei eine Kooperation mit der deutschen Buchhandelskette *Thalia* eingegangen und bot den E-Reader mit einer unverbindlichen Preisempfehlung von EUR 299 an. Der Vertrieb des Lesegeräts sollte vor allem über den Buchhandel erfolgen, wobei neben *Thalia* auch *Morawa* und *Buchmedia Österreich* Partner von *Sony* waren. Mit dem Verkaufsstart des *PRS-505* verkündete *Thalia* auch die Eröffnung seines Online-Shops „*Thalia.at*“.²⁸⁹

Doch diesem ersten nennenswerten Schritt am österreichischen E-Book-Markt folgte nicht das von vielen vorhergesagte rasante Wachstum. In den nächsten Kapiteln wird auf die Entwicklung am digitalen Buchmarkt in Österreich näher eingegangen. Wie bereits in den vorigen Kapiteln erwähnt wurde, gibt es für den österreichischen E-Book-Markt jedoch kaum aktuelle Studien und Zahlenmaterial.

4.2.4.1 INTERNETNUTZUNG UND ONLINE-SHOPPING IN ÖSTERREICH

Bevor auf den digitalen Buchmarkt näher eingegangen wird, folgt hier eine kurze Darstellung der Internetnutzung und dem damit einhergehenden Online-Shopping in Österreich, damit man eine Vorstellung davon bekommt, wie viele Einwohner bereits mit der digitalen Welt vertraut sind und ihre Einkäufe online erledigen.

Laut einer Befragung der *Statistik Austria* von April bis Juni 2013 waren 81 % der Haushalte in Österreich mit einem Internetzugang ausgestattet.²⁹⁰ Und beinahe zwei Drittel der Internetnutzer surfen außerhalb des Haushalts oder der Arbeit über mobile Geräte im Netz. Die Studie zeigt auch, dass das Einkaufen im Internet immer beliebter wird. Ca. 3,5 Millionen Österreicher im Alter von 16 bis 74 Jahren, das entspricht 54 % der österreichischen Bevölkerung in dieser Altersgruppe, haben in den letzten zwölf Monaten im Internet Waren oder Dienstleistungen eingekauft. Das

²⁸⁹ Vgl. Zsolt [Zugriff am 31.12.2014]

²⁹⁰ Vgl. Statistik Austria [1] [Zugriff am 31.12.2014]

entspricht einem Plus von 43 % im Vergleich zum Jahr 2003. Betrachtet man die beliebtesten Produkte, die online eingekauft werden, so zeigt sich, dass „Bücher, E-Books, Zeitschriften, Zeitungen, E-Learning-Materialien“ in Österreich von 50 % der Online-Shopper gekauft werden, und damit an dritter Stelle hinter „Kleidung, Sportartikel“ und „Urlaubsunterkünfte oder andere Reisearrangements“ stehen.²⁹¹

Daraus lässt sich schließen, dass wichtige Voraussetzungen für den Eintritt der Leser in die digitale Buchwelt in Österreich gegeben sind. Acht von zehn Haushalten verfügen über einen Internetzugang und auch das Vertrauen in einen Einkauf über das Internet ist in den letzten zehn Jahren deutlich gestiegen, so dass der Anschaffung von Lesestoff aus dem Internet nichts im Wege steht. Im nächsten Abschnitt wird der gesamte österreichische Buchmarkt näher betrachtet, um anschließend auf den digitalen Buchmarkt näher eingehen zu können.

4.2.4.2 AKTUELLE ZAHLEN ZUM ÖSTERREICHISCHEN BUCHMARKT

Im November 2013 brachte der *Hauptverband des österreichischen Buchhandels* die „aktuellen Zahlen zum österreichischen Buchmarkt“ heraus. Dabei konzentriert sich der Verband vor allem auf den Zeitraum Jänner bis Oktober 2013.²⁹²

In Österreich gibt es laut dem *Fachverband der Buch- und Medienwirtschaft* der Wirtschaftskammer Österreich mit dem Stand November 2013 1.477 Verlage und 1.796 Buchhandlungen mit Gewerbeberechtigung. Bei den Buchhandlungen entspricht das einem Minus von 5,2 % im Vergleich zum Vorjahr. Betrachtet man die Marktkonzentration, zeigt sich, dass in Österreich rund 400 Vollsortimente (ohne Filialen) aktiv sind. Die Marktkonzentration im Buchhandel ist in Österreich daher weiterhin eher gering. Das lässt die Gegenüberstellung der filialisierten Marktteilnehmer, deren Umsatzanteil im Verhältnis zu den nicht filialisierten Marktteilnehmern im Jahr 2012 45 % betrug, erkennen. An erster Stelle der, nach dem Gesamtumsatz des Bucheinzelhandels bedeutendsten Marktteilnehmer, stand im Jahr 2012 *Thalia.at*. Danach folgten *Morawa*, *Libro*, *Weltbild.at*, *Tyrolia*, *Frick*, *Leykam*, *facultas*, *Hintermayer*, *Brunner* und *Liber Novus*. Die Einschätzung des

²⁹¹ Vgl. Statistik Austria [2] [Zugriff am 31.12.2014]

²⁹² Vgl. Hauptverband des österreichischen Buchhandels [3] [Zugriff am 31.12.2014]

Hauptverbands des Österreichischen Buchhandels für den Marktanteil des Internet-Handels liegt bei knapp über 20 %.²⁹³

Im Zeitraum Jänner bis Oktober 2013 wurde vom gesamten österreichischen Buchhandel im Vergleich zum gleichen Zeitraum des Vorjahres ein Umsatzminus von 2 % erzielt. Bei den Vertriebswegen Sortimentsbuchhandel und E-Commerce verteilten sich die Umsatzanteile unter den ersten vier Warengruppen folgendermaßen: Belletristik 32,6 %, Ratgeber 21,5 %, Kinder- und Jugendbücher 14,2 % und Sachbücher 10,7 %. Danach folgen die Warengruppen Reisen (7,6 %), Geisteswissenschaften, Kunst und Musik (5,4 %), Naturwissenschaften, Medizin, Informatik und Technik (5,0 %) und Sozialwissenschaften, Recht und Wirtschaft (2,9 %). Reisen (+ 2,2 %), Ratgeber (+ 1,9 %) und Geisteswissenschaften, Kunst und Musik (+ 1,0 %) waren dabei die einzigen Sparten, die ein Umsatzplus verzeichnen konnten. Das größte Umsatzminus entstand bei der Warengruppe Belletristik mit 5,5 %.²⁹⁴

Betrachtet man den Umsatzanteil anhand der Editionsformen, zeigt sich, dass 74,1 % des Umsatzes auf Bücher mit Hardcover/Softcover entfielen, 24 % auf das Taschenbuch und 1,9 % auf Hörbücher. Damit machten Hardcover/Softcover-Bücher ein Umsatzplus im Vergleich zum Vorjahr von 0,1 %. Taschenbücher hingegen verzeichneten ein Umsatzminus von 7,8 % und Hörbücher von 2,1 %.²⁹⁵

Diese aktuelle Studie des *Hauptverbands des österreichischen Buchhandels* weist leider keine aktuellen expliziten Fakten und Zahlen zum digitalen Buchmarkt in Österreich auf. Es wird lediglich der Umsatzanteil des Absatzweges E-Commerce gemeinsam mit dem Sortimentsbuchhandel betrachtet. Die letzte Studie über den österreichischen E-Book Markt wurde 2012 herausgegeben. In dieser Studie werden die Marktzahlen des Jahres 2011 betrachtet.

²⁹³ Vgl. Hauptverband des österreichischen Buchhandels [3] [Zugriff am 31.12.2014]

²⁹⁴ Ebenda

²⁹⁵ Ebenda

4.2.4.3 ÖSTERREICHISCHER E-BOOK-MARKT 2011

Für diese Studie des Hauptverbands des österreichischen Buchhandels wurden 100 österreichische Verlage befragt. Im Folgenden werden die Ergebnisse näher betrachtet.²⁹⁶

2010 haben rund 17 % der Verlage E-Books in ihrem Sortiment geführt, 2011 waren es demgegenüber fast doppelt so viele, nämlich 32,3 %. 67 % dieser Verlage vertrieben ca. 10 Buchtitel als E-Books, rund ein Drittel der Verlage sogar mehr. 46 % der Verlage boten bereits mehr als 25 % ihrer Neuerscheinungen als E-Book an.²⁹⁷

Die Umsatzzahlen zeigen, dass es im Jahr 2010 44 % der befragten Verlage, die digitale Bücher führten, schafften, mit diesen Büchern einen Umsatzanteil von zumindest einem Prozent zu generieren, 2011 waren es 42 % der Verlage. Einen Umsatzanteil von mehr als 5 % konnten im Jahr 2010 22,2 % erwirtschaften, 2011 gelang dies schon 29 %.²⁹⁸

Die Mehrheit der österreichischen Verlage prognostiziert für das Jahr 2015 für E-Books einen Marktanteil von ca. 10 bis 15 % am Gesamtmarkt. Die befragten Verlage gaben außerdem an, dass der Vertrieb weniger über die eigene Webseite erfolgt, als über Online-Buchhandlungen und Barsortimente. Um mit den aktuellen Trends mithalten und neue Kundenschichten ansprechen zu können, investieren 90 % der Verlage in ihr E-Commerce-Geschäft. 11,1 % weigern sich nach wie vor Investitionen in diese Sparte zu tätigen, 2010 waren es noch 16,7 %.²⁹⁹

Befragt zu den bevorzugten E-Book-Formaten, gaben die Verlage an, dass EPUB und AZW noch vor PDF die größten Chancen in der Zukunft am E-Book-Markt haben werden. Das Risiko infolge von Raubkopien Umsatzverluste zu generieren, sehen die Verlage im Jahr 2011 als geringer an, als im Jahr 2010. Dies könnte daran liegen, dass sie für ihren Vertrieb verstärkt als „sicher“ geltende Partner beauftragen. In Hinblick auf die beliebtesten Lesegeräte, gaben die Verlage an, dass der E-Reader

²⁹⁶ Vgl. Hauptverband des österreichischen Buchhandels [1] [Zugriff am 31.12.2014]

²⁹⁷ Ebenda

²⁹⁸ Ebenda

²⁹⁹ Ebenda

gegenüber Tablets an Beliebtheit verloren hat. Die Bedeutung von Tablets, aber auch von Smartphones als Lesegeräte soll immer größer werden.³⁰⁰

Dies waren leider alle Erkenntnisse, die aus der Studie zum österreichischen E-Book-Markt 2011 hervorgehen. In einem Online-Bericht der österreichischen Tageszeitung „*Standard*“ wird der Marktanteil von E-Books in Österreich mit Ende 2012 von ca. 1 % und der Prognose der Buchbranche von mittelfristig 5 %, angegeben.³⁰¹

Eine weitere Erwähnung findet der österreichische E-Book-Markt im Bericht „*Global eBook – A report on market trends and developments*“ von Rüdiger Wischenbart. In diesem Bericht wird vor allem auf die unmittelbare Nähe des Nachbarn Deutschlands eingegangen. Österreich ist demnach ein gutes Beispiel für einen relativ kleinen E-Book-Markt, der mit einem großen Markt derselben Sprache benachbart ist. Mit einer Einwohnerzahl von ca. 8 Millionen Personen entspricht Österreich in etwa 10 % der Größe von Deutschland, und teilt sowohl die Landessprache, als auch den gegenwärtigen kulturellen und medialen Rahmen des großen Nachbarn. Beide sind Mitglieder der EU und der Euro Zone.³⁰²

In Bezug auf gedruckte Bücher, dominieren die Bücher deutscher Verleger die österreichischen Buchhandlungen. Sowohl die Buchhandelsketten, als auch die Online-Plattformen von *Amazon*, *Thalia* und *Weltbild* versorgen den österreichischen Markt von ihrem Hauptsitz in Deutschland. *Amazon* bedient Österreich überdies durch seinen deutschen Kindle-Shop mit E-Books. Obwohl die österreichischen Bestsellerlisten natürlich entsprechende Unterschiede in Bezug auf regionale Autoren, wie zum Beispiel regionale Berühmtheiten oder literarische Talente zeigen, weisen zwei Drittel dieser Listen Ähnlichkeiten zu denen in Deutschland auf.³⁰³

Auf der anderen Seite haben es österreichische Verleger sehr schwer, wenn sie ihre Bücher zu Händlern, Medien und folglich zu den Konsumenten in Deutschland

³⁰⁰ Vgl. Hauptverband des österreichischen Buchhandels [1] [Zugriff am 31.12.2014]

³⁰¹ Vgl. Gilli [Zugriff am 31.12.2014]

³⁰² Vgl. Wischenbart (2014), S. 47

³⁰³ Ebenda, S. 47

bringen wollen. Der Anteil, den Österreich in Deutschland einführt, liegt nur etwa bei 3 %, und nicht, wie entsprechend der Größe zu erwarten wäre bei ca. 10 %.³⁰⁴

Da für Österreich aktuelle Studien zum E-Book-Markt fehlen, und Österreich zu einem großen Teil von den Verlegern und Händlern aus Deutschland beliefert wird, kann laut Wischenbart angenommen werden, dass die Entwicklungen des E-Book-Marktes in Deutschland auch für den österreichischen Markt Gültigkeit haben. Das bedeutet unter anderem, dass auch in Österreich E-Books, vor allem von Vielesern, zunehmend angenommen werden, und dass der Einzelhandelsumsatz eine signifikante Verlagerung von den traditionellen Handelsketten hin zu den Online-Händlern, allen voran *Amazon*, zeigt.³⁰⁵

Auf diesen Trend hin zu den Online-Händlern wurde von zahlreichen österreichischen Herausgebern in einem Interview Ende 2012 für diesen Bericht hingewiesen. Denn einige sehen in diesem Trend auch Möglichkeiten, und zwar insbesondere dahingehend, dass sie ihre E-Books in den zehnmal größeren Markt von Deutschland bringen können, wodurch sie gleichgestellt mit den großen deutschen Verlagshäusern in Wettbewerb treten können. E-Books und die verschiedenen Dienste, die von *Amazon* angeboten werden, setzen die Eintrittsbarrieren mehr und mehr herab, und können für die geographischen Nachteile kleinerer Unternehmen entschädigen.³⁰⁶

Aus dem Bericht von Wischenbart geht weiters hervor, dass österreichische Verleger mit den Investitionen in die Digitalisierung sehr vorsichtig waren. Die meisten haben erst 2011, viele sogar erst 2012, damit begonnen, regelmäßig gedruckte Ausgaben in digitaler Version herauszugeben. Der von den Verlegern im Jahr 2011 bevorzugte direkte Vertrieb durch sie selbst, hat sich vermindert, als die meisten von ihnen Verträge mit deutschen Händlern unterschrieben haben.³⁰⁷

Aber, wie auch in Deutschland, wird der E-Book-Markt hier größtenteils von einigen wenigen führenden Verlagsgruppen beherrscht. Es ist vorhersehbar, dass es immer

³⁰⁴ Vgl. Wischenbart (2014), S. 47

³⁰⁵ Ebenda, S. 47

³⁰⁶ Ebenda, S. 47

³⁰⁷ Ebenda, S. 47 f.

schwieriger für kleine österreichische Verlagshäuser wird, sich eine digitale Nische zu erkämpfen. Für Wischenbart ist es überraschend, dass es keine inländische Infrastruktur für den Vertrieb und die Dienste von E-Books gibt, und Verlage, genauso wie lokale Buchhandelsketten und Einzelbuchhandlungen, anstatt dessen darauf angewiesen sind, Dienste von Unternehmen aus Deutschland in Anspruch zu nehmen.³⁰⁸

Nachdem, wie bereits mehrfach erwähnt, die Studie aus dem Jahr 2012 die einzigen Zahlen zum österreichischen E-Book-Markt liefert, folgt im Weiteren eine Betrachtung der E-Books im Alltag.

4.2.4.4 ÖSTERREICHISCHE BUCHHÄNDLER, E-BOOKS UND DIE KONZENTRATION BEI ONLINE-BUCHHÄNDLERN

In Deutschland war der Sortimentsbuchhandel auch im Jahr 2012 noch der wichtigste Vertriebsweg für Bücher. Wie die Studie jedoch gezeigt hat, sehen sowohl die Verlage als auch die Sortimentsbuchhandlungen das größte Risiko im Zusammenhang mit der zukünftigen Entwicklung der E-Books in der Konzentration bei den Online-Buchhändlern. Auch der Bericht „*Global eBook*“ von Rüdiger Wischenbart weist darauf hin, dass sich der Einzelhandel in der Buchbranche von den traditionellen Handelsketten hin zu den Online-Händlern, allen voran *Amazon*, verlagert.

Wie sieht die Situation bei den österreichischen Buchhändlern aus? Im November 2013 wurden, wie bereits berichtet, laut dem Fachverband der Buch- und Medienwirtschaft der Wirtschaftskammer 1.796 Buchhandlungen mit Gewerbeberechtigung registriert, was einem Minus von 5,2 % im Vergleich zum Vorjahr entsprach.³⁰⁹ Es ist also anzunehmen, dass auch für die österreichischen Buchhandlungen Handlungsbedarf besteht, da auch hier das Risiko der Konzentration bei den Online-Händlern, vor allem in Verbindung mit dem wachsenden E-Book-Geschäft, allgegenwärtig ist. Schlagzeilen wie „Online und E-Books bringen klassische Buchhändler in Not“³¹⁰ sind keine Seltenheit mehr.

³⁰⁸ Vgl. Wischenbart (2014), S. 48

³⁰⁹ Vgl. Hauptverband des österreichischen Buchhandels [3] [Zugriff am 31.12.2014]

³¹⁰ Vgl. derStandard.at [4] [Zugriff am 31.12.2014]

Auch der Präsident des *Hauptverbands des österreichischen Buchhandels*, Gerald Schantin, sieht im Handel mit Büchern über das Internet eine einschneidende Veränderung für den stationären Buchhandel, da dies zur Gefährdung der Nahversorgung führt. Er weist darauf hin, dass, wenn Bücher zum Beispiel über *Amazon* bezogen werden, die Kaufkraft ins Ausland abwandert und Arbeitsplätze verloren gehen. Weiters gibt er zu bedenken, dass *Amazon* seine Steuern in Luxemburg entrichtet. Und aufgrund der Buchpreisbindung gibt es bei deutschsprachigen Büchern keinen Preisvorteil. Buchhändler sollten durch eigene Webshops diesem Trend entgegen setzen.³¹¹

Eine Wiener Autorin und Buchhändlerin, die sich dem Kampf gegen *Amazon* gestellt hat, ist Petra Hartlieb. Sie betreibt mit ihrem Mann seit 2004 die Buchhandlung „Hartliebs Bücher“ in Wien, von der im September 2013 auch eine zweite Filiale eröffnet wurde. Überdies ist die Buchhandlung auch im Internet vertreten. Und das sowohl mit der eigenen, sehr gelungenen und in Erinnerung bleibenden Homepage *hartliebs.at*, als auch aktiv auf Facebook.

Ihre Webseite und die damit verbundene Präsenz im Internet sind der Buchhändlerin sehr wichtig, wie sich aus einigen Interviews schließen lässt. Sie weist darauf hin, dass in der heutigen Zeit nur jene Buchhandlungen überleben werden, die neben ihrem stationären Geschäft vor Ort auch einen Internethandel betreiben.³¹² Auch *hartliebs.at* verfügt über einen Webshop, denn die Kunden sollen nicht davon abgehalten werden, über das Internet zu bestellen, aber eben nicht bei *Amazon*, sondern über die Webseiten des stationären Buchhandels.³¹³ Der Online-Shop von *hartliebs.at* hat laut eigenen Angaben „das gleiche Angebot wie *Amazon*, und man bekommt die Bücher innerhalb von zwei Tagen portofrei zugeschickt.“³¹⁴ Neben einer Vielzahl an klassischen Büchern, kann man dort auch E-Books erwerben.

³¹¹ Vgl. Gilli [Zugriff am 31.12.2014]

³¹² Vgl. Zettel [Zugriff am 31.12.2014]

³¹³ Vgl. von Prittwitz [Zugriff am 31.12.2014]

³¹⁴ Vgl. Gilli [Zugriff am 31.12.2014]

Die größte Gefahr für ihre Buchhandlung sieht Hartlieb im Fallen der Ladenpreise und in noch größeren Zuwächsen für das E-Book.³¹⁵ Ein Grund, warum elektronische Bücher bisher nicht in der Art angenommen werden, wie es vorhergesagt wurde, liegt laut ihr daran, dass es sich dabei um „zwei völlig unterschiedliche Dinge handelt“. Der deutschsprachige Buchmarkt hat es ihrer Ansicht nach versäumt, gedruckte und elektronische Bücher als ein Paket anzubieten. Würde man mit dem Kauf elektronischer Bücher auch das Nutzungsrecht dafür erhalten, wären Kunden auch dazu bereit, ein paar Euro mehr dafür zu bezahlen. Dann könnte man die Vorteile eines digitalen Buches, die sich zum Beispiel beim Reisen ergeben, mit denen des klassischen Buches vereinen. Denn viele Buchkäufer würden sich gerne die gedruckte Version in ihr Bücherregal stellen.³¹⁶

Es stellt sich die Frage, warum viele Leser den Kauf ihrer Bücher online von Großkonzernen, wie zum Beispiel *Amazon*, gegenüber dem Kauf bei stationären Buchhändlern mit der Möglichkeit einer persönlichen Beratung vorziehen?

a) Bücher im Online-Handel sind billiger

Ein wesentlicher Grund dafür dürfte darin liegen, dass viele Buchkäufer der Meinung sind, dass sie die Bücher über den Online-Handel billiger erwerben können. Dabei ist dies jedoch aufgrund der in Österreich vorherrschenden Buchpreisbindung, die auch für E-Books gilt, nicht möglich. Eine Ausnahme stellen dabei fremdsprachige Bücher dar, auf die die Buchpreisbindung keine Anwendung findet, außer sie wurden von einem inländischen Verlag herausgegeben, der diese Bücher vor allem im Inland absetzen möchte.

Um mit dem Buchpreis von *Amazon* mithalten zu können und damit im Geschäft mit Büchern konkurrenzfähig zu bleiben, bieten auch viele stationäre Buchhandlungen eine versandkostenfreie Lieferung über ihren Online-Shop an. Dieses Vorgehen kann allerdings für viele kleinere Buchhandlungen ein finanzielles Problem darstellen, da das Versenden eines Buches innerhalb Österreichs ca. EUR 3 kostet.

³¹⁵ Vgl. von Prittwitz [Zugriff am 31.12.2014]

³¹⁶ Vgl. Gilli [Zugriff am 31.12.2014]

b) Besonderer Buchgeschmack und Auswahl

Verfügt der Buchkäufer über einen Buchgeschmack, der sich nicht mit dem der überwiegenden Mehrheit deckt, und ist daher auf der Suche nach zum Beispiel Science-Fiction-Büchern oder Büchern in einer Fremdsprache, kann es sein, dass er in einer stationären Buchhandlung nicht die Auswahl und Beratung erhält, die er sich erhofft hat.

c) Kauf eines E-Books

Der Kauf eines E-Books ist nur online möglich, und den meisten Buchkäufern ist nicht bekannt, dass viele stationäre Buchhändler bereits einen Webshop und damit auch E-Books anbieten. Jedoch verfügen die meisten Online-Shops der Buchhändler natürlich nicht über die Auswahl an digitalen Büchern, die man bei Amazon finden kann. Weiters wissen viele Personen nichts vom Vorhandensein der sogenannten E-Book-Cards. Diese Gutscheinkarten können verschenkt werden, und beinhalten einen Download-Code für ein bestimmtes digitales Buch.

d) Bequemlichkeit und Zeitersparnis

Ein ausschlaggebender Grund für einen Online-Buchkauf stellt mit Sicherheit die eigene Bequemlichkeit dar. Viele stellen sich vermutlich die Frage, warum sie wegen einem Buch extra den Weg zur Buchhandlung auf sich nehmen sollen, die nur zu bestimmten Zeiten geöffnet hat, wenn sie dieses Buch auch über das Internet zu jeder Zeit mit ein paar Mausklicks erwerben können. Hinzu kommt die Unsicherheit, ob das gewünschte Buch überhaupt auf Lager ist, und man vielleicht die Buchhandlung nochmals aufsuchen muss.

e) Längere Lieferzeit

Viele Buchkäufer sind der Meinung, dass die Bestellung eines Buches im stationären Buchhandel mit einer längeren Lieferzeit verbunden ist, als bei *Amazon*. Dass die meisten Bestellungen jedoch oft schon am nächsten Tag im stationären Buchhandel vorrätig sind, weiß kaum jemand.

Wie sich zeigt, herrschen bei vielen Buchkäufern falsche Annahmen vor, die sie zu einem Kauf bei *Amazon* verleiten. Stationäre Buchhändler müssen daher auf ihre Vorteile aufmerksam machen und die Vorurteile der Buchkäufer, wie etwa, dass

Bücher im Online-Handel billiger sind und die Lieferzeit bei stationären Händlern länger ist, aus der Welt schaffen.

Denn wesentliche Aspekte für das Bestehen der stationären Buchhändler sind persönliche und kompetente Beratung, die Beachtung moderner Trends und die Beibehaltung der Individualität. Und in der Buchbranche herrscht grundsätzlich Einigkeit darüber, dass das klassische Buch und das digitale Buch nebeneinander bestehen können, wobei das klassische Buch das Leitmedium bleibt.³¹⁷ Um auch die Buchkäufer von ihren Vorteilen zu überzeugen, wurden bereits einige Initiativen und Kampagnen gestartet.

Der Einzelhandel wehrt sich

Der regionale Buchhandel beginnt sich mit Initiativen wie „Read global - Buy local“ oder „Ihr Buch hat ein Gesicht“ gegen die weltweit agierenden Konzerne, insbesondere *Amazon*, zu wehren. Sie versuchen mit diversen Projekten auf die Problematik eines Online-Kaufs bei einem Großkonzern aufmerksam zu machen, und das Gewissen der Konsumenten anzusprechen. Ihr Ziel ist es, die Konsumenten dadurch zu einem Buchkauf in ihrer Region zu bewegen.

a) Read global – buy local

Die Initiative „Buy local“ wurde in Deutschland im Jahr 2012 von Michael Riethmüller, Inhaber der Buchhandlung RavensBuch, nach amerikanischen Vorbild ins Leben gerufen.³¹⁸ Ziel seiner Kampagne ist es, bei den Konsumenten seiner Region Bewusstsein dafür zu schaffen, dass ihre Kaufentscheidung ausschlaggebend für die Lebensqualität und das Aussehen ihrer Region ist, und dass sie mit ihrer Entscheidung Einfluss auf das kulturelle und soziale Leben der Region haben. Mit der Initiative wird aktiv für ein regionales Einkaufen geworben, was den Einkauf über das Internet jedoch nicht ausschließt.³¹⁹ Im Oktober 2014 zählte der Verein 600 Mitglieder.³²⁰

³¹⁷ Vgl. Gilli [Zugriff am 31.12.2014]

³¹⁸ Vgl. boersenblatt.net [10] [Zugriff am 31.12.2014]

³¹⁹ Vgl. Buy local [2] [Zugriff am 31.12.2014]

³²⁰ Vgl. boersenblatt.net [3] [Zugriff am 30.12.2014]

Die Aktion beschränkt sich nicht nur auf den Buchhandel, sondern umfasst die Einzelhändler der gesamten Region. Wichtig ist, dass dabei explizit den mittelständischen und inhabergeführten ortsansässigen Einzelhändlern geholfen werden soll. Die Filialisten, die vor allem die großen Einkaufszentren füllen, werden dezidiert ausgeschlossen.³²¹

Die Initiative „Buy local“ macht auf ihrer Homepage darauf aufmerksam, dass durch ihre Arbeit Arbeitsplätze in der Region geschaffen werden. Die Löhne der Mitarbeiter und die Gewinne der Firmen fließen größtenteils zurück in die Stadt und sorgen damit wiederum für den Erhalt von Arbeitsplätzen. Außerdem können durch die Steuern der ansässigen Einzelhändler und deren Mitarbeiter Kindergärten, Schulen, Freizeit- und Kultureinrichtungen zur Verfügung gestellt werden. Auch verweist die Initiative darauf, dass ihre Mitarbeiter unter fairen Arbeitsbedingungen arbeiten können.³²² Der Einzelhändler muss seinen Kunden natürlich auch einiges bieten, um ihn von einer Kaufentscheidung vor Ort zu überzeugen.

Im Frühjahr 2013 wurde auch im Wiener Buchhandel von der Fachgruppe Buch- und Medienwirtschaft der Wirtschaftskammer Wien die Kampagne „Read global – buy local“ ins Leben gerufen. Im Rahmen dieser Imagekampagne wurden Marketingmaßnahmen wie Aufkleber und Einschaltungen in Tageszeitungen eingesetzt, um das Logo und die damit verbundene Aktion zu bewerben.³²³

b) Ihr Buch hat ein Gesicht

Eine weitere Kampagne in diesem Sinne heißt „Ihr Buch hat ein Gesicht – Wiens Buchhandel hat viele“ und wird von der Agentur *vielseitig* durchgeführt. Involviert sind dabei 39 Buchhandlungen, die damit unter anderem auf ihre unterschiedlichen Geschäfte und Angebote, sowie die persönliche und umfassende Beratung hinweisen. Dabei werden sie von österreichischen bekannten Persönlichkeiten unterstützt.³²⁴

³²¹ Vgl. Buy local [1] [Zugriff am 31.12.2014]

³²² Ebenda

³²³ Vgl. Wirtschaftskammer Wien (2013), S. 3

³²⁴ Vgl. Vielseitig [Zugriff am 31.12.2014]

4.2.4.5 ÖSTERREICHISCHE BIBLIOTHEKEN UND E-BOOKS

Auch für Bibliotheken hat mit dem Aufkommen von E-Books ein neues Kapitel mit vor allem neuen Herausforderungen begonnen. Der Begriff „E-Lending“, worunter man das Verleihen von digitalen Medien durch Bibliotheken an ihre Kunden versteht, bestimmt seit geraumer Zeit das Bibliothekswesen mit.

Durch E-Lending ergeben sich auch für Kunden von Bibliotheken Vorteile, die E-Books mit sich bringen. Dazu zählt natürlich die Möglichkeit Bücher zu jeder Tageszeit, an jedem Wochentag, von jedem Ort aus ausborgen zu können, ohne auf die Öffnungszeiten der Bibliothek und den eigenen aktuellen Standort Rücksicht zu nehmen. Hinzu kommt, dass sich ausgeliehene E-Books „von selbst zurückgeben“, da diese Dateien nach dem Ablauf der Ausleihdauer unleserlich werden, und somit keine Verzugsgebühren anfallen können.

Im März 2009 machte die Stadtbibliothek Salzburg als erste Bibliothek Österreichs den Schritt aufs digitale Terrain und begann ein virtuelles Medienangebot bereitzustellen. Dies war der Startschuss auch für andere Bibliotheken nachzuziehen, denn kurz darauf folgten im April 2009 die „Digitale Stadtbibliothek Graz“, und im Jahr 2010 die Stadtbibliothek Linz und die Büchereien Wiens. Mittlerweile bieten auch die Stadtbibliothek Innsbruck und die Stadtbücherei Spittal ein E-Book-Angebot an. Daneben gibt es noch einige bundeslandweite digitale Bibliotheken, wie etwa die „Mediathek Salzburg“ oder in sieben Bundesländern die „Digitalen AK-Bibliotheken“. Zusätzlich stellen 510 Bibliotheken ein virtuelles Angebot zur Verfügung. Eine digitale Bibliothek für ganz Österreich gibt es jedoch momentan noch nicht.³²⁵ Der E-Book Bestand variiert in den einzelnen digitalen Bibliotheken von ca. 4.000 Titeln bei der virtuellen Stadtbibliothek Innsbruck bis zu mehr als 20.000 E-Titeln bei der virtuellen Bücherei Wien.

Dass die Kunden die Vorteile des E-Lendings zu nutzen wissen, und die Nachfrage nach einer digitalen Ausleihe vorhanden ist, zeigen die Zahlen der einzelnen Bibliotheken. In den Büchereien Wiens nutzen beispielsweise ca. 4.000 Personen pro Monat das Angebot an E-Medien. In den ersten neun Monaten 2013 konnte im

³²⁵ Vgl. Kremsberger (2013), S. 33

Vergleich zum gleichen Zeitraum des Vorjahres ein Plus von 47 % bei den Nutzern und ein Plus von 59 % bei den Ausleihen verzeichnet werden.³²⁶

Auch in den anderen Bibliotheken können positive Entwicklungen verbucht werden. In der Stadtbibliothek Salzburg konnte der Anteil der digitalen Entlehnungen an den Gesamtentlehnungen von unter 1 % im Jahr 2010 auf über 4 % im Jahr 2013 gesteigert werden. Mit 41 % fällt hier der größte Anteil der Ausleihen auf Medien für Mobilgeräte im EPUB-Format, danach folgen mit 24 % sonstige E-Books, 20 % entfallen auf digitale Hörbücher und 15 % auf digitale Zeitungen, Magazine, Videos und Musik. Und auch die Stadtbücherei Spittal konnte in den ersten sechs Wochen schon 168 Ausleihen verzeichnen.³²⁷

Die Bibliotheken sind bemüht, ihren Kunden ein umfangreiches Angebot an E-Books, und damit auch die neuesten Titel anzubieten. Dabei gibt es zurzeit zwei Probleme, die das Vorhaben erschweren. Zum einen sind das die Finanzen, zum anderen die rechtliche Lage. Ersteres wird dadurch zum Problem, dass E-Books noch ein sogenanntes supplementäres Format sind, das bedeutet für die Bibliotheken, dass sie nun neben den gedruckten Ausgaben auch E-Books anschaffen müssen, um auf die unterschiedlichen Bedürfnisse ihrer Kunden eingehen zu können.³²⁸ Viele Kunden können dabei zum Beispiel nicht nachvollziehen, wie ein E-Book nicht verfügbar sein kann. Dies geschieht, wenn das bestimmte Buch bereits von einem anderen Kunden ausborgt wurde, und die Bibliothek nicht über Mehrfachlizenzen, für die sie extra zahlen muss, verfügt.³²⁹ Zusätzlich zu den Lizenzen müssen die Bibliotheken die entsprechenden technischen Voraussetzungen und Geräte erwerben.

Das wesentlich größere Problem stellt für Bibliotheken die unklare Rechtslage dar, denn einige Verlage lehnen es ab, ihre E-Book-Lizenzen an Bibliotheken zu verkaufen. Die Bibliotheken sehen sich dadurch in ihrer Aufgabe den Zugang zu Inhalten, Informationen und Kultur für alle Bürger bereitzustellen, stark eingeschränkt. Sie fordern die Überarbeitung des urheberrechtlichen Rahmens,

³²⁶ Vgl. Kremsberger (2013), S. 32

³²⁷ Ebenda, S. 32

³²⁸ Vgl. Leitner (2013), S. 2

³²⁹ Vgl. Böttger (2013), S. 30

damit die Unsicherheiten beseitigt werden und die Anerkennung und Vergütung von Autoren und sonstigen Rechteinhabern gewährleistet sind.³³⁰

Wie sieht die rechtliche Lage derzeit aus? Bei gedruckten Büchern sind die Vertriebsrechte nach dem Erstverkauf „erschöpft“, und somit sind Bibliotheken befähigt, veröffentlichte Bücher von Buchhändlern zu kaufen, und an ihre Kunden zu verleihen. Die Rechteinhaber bekommen mit der Bibliothekstantieme eine faire Vergütung. Bibliotheken können bei gedruckten Büchern selbst entscheiden, welche sie erwerben und verleihen wollen.³³¹

Anders sieht dies bei digitalen Büchern aus. Hier wird das Urheberrecht von den Verlagen so ausgelegt, dass es sich beim Verleih von E-Books um ein Dienstleistungsangebot handelt, wo das Erschöpfungsrecht nicht anwendbar ist. Ihrer Ansicht nach liegt daher die Entscheidungsgewalt über den Zugang zu einem bestimmten Werk und die damit verbundenen Geschäftsbedingungen im Ermessen der Rechteinhaber. Die Folge ist, dass Bibliotheken bei digitalen Büchern nicht selbst über ihren Bestand entscheiden können.³³²

Der Büchereiverband Österreichs wehrt sich gegen diese Rechtsauslegung einerseits durch Anfragen bei Politikern das Urheberrecht zu ändern, und andererseits durch die österreichweite Informationskampagne „The right to e-read! Legalize it!“ Durch diese Kampagne soll auch die Öffentlichkeit auf das Problem aufmerksam gemacht werden.³³³

5. ZUSAMMENFASSUNG UND FAZIT

Im Rahmen dieses Kapitels werden die wichtigsten Erkenntnisse der Arbeit zusammengefasst.

³³⁰ Vgl. Leitner (2013), S. 4

³³¹ Ebenda, S. 4

³³² Ebenda, S. 4

³³³ Ebenda, S. 5

Wie sich im Laufe der Ausarbeitung herausgestellt hat, ist die Angst, dass klassische Bücher in naher Zukunft der Vergangenheit angehören, unbegründet. Wie im Kapitel 2 „Grundlagen“ festgestellt werden konnte, lassen sich E-Books von klassischen Büchern gezielt abgrenzen, und weisen bestimmte Vor- bzw. Nachteile auf, die nicht jeden Leser von diesem neuen Buchformat überzeugen. Die Tatsache, dass man kein "echtes" Buch mehr in den Händen hält, dessen Seiten man angreifen und umblättern kann bzw. welches man sich ins Bücherregal stellen kann, ist für viele Leser ein entscheidender Grund am klassischen Buch festzuhalten. Hinzu kommt der Umstand, dass man mit dem Kauf eines E-Books nur dessen Nutzungsrechte erwirbt, und die digitale Rechteverwaltung das Verleihen an Freunde oder das Lesen der digitalen Bücher auf unterschiedlichen E-Readern verhindert. Die Anbieter digitaler Bücher und Lesegeräte versuchen jedoch mit kontinuierlichen technologischen Weiterentwicklungen die Leser von den Vorteilen des digitalen Lesens zu überzeugen. So kamen in den letzten Jahren laufend E-Reader mit verbesserter Display-Technologie und neuen Features auf den Markt.

Auch neue Aspekte des Lesens haben sich durch die Digitalisierung in der Buchwelt hervor getan. Im Rahmen des „*social readings*“ wird das Lesen zu einem Erlebnis, das mit anderen geteilt und diskutiert werden kann. Andererseits bringen diese neuen Aspekte einen bis jetzt nicht dagewesenen Einblick in die Lesegewohnheiten der Nutzer. Verlage und Autoren haben nun Zugriff auf Informationen, wie etwa wann man mit dem Lesen eines Buches beginnt oder der durchschnittlichen Lesedauer an einem Buch, die bis jetzt als unerforscht galten.

Das dritte Kapitel behandelt die Marktdurchdringung von E-Books in den USA. Der nordamerikanische Markt gilt als Vorreiter im Bereich E-Books und E-Book-Reader. Mitverantwortlich für diese Entwicklung ist unter anderem das Unternehmen *Amazon*. Außerdem dürfte es zum einen daran liegen, dass technische Neuheiten am amerikanischen Markt schon lange Zeit erhältlich sind, bevor sie nach Europa kommen, und zudem in den USA von Beginn an eine größere Anzahl an E-Books erhältlich war. Zum anderen sind die Preise für E-Books in Nordamerika wesentlich niedriger, was zum Beispiel in Österreich und Deutschland aufgrund der auch für E-Books geltenden Buchpreisbindung nicht möglich ist.

In Nordamerika konnte im Jahr 2012 ein Umsatz am E-Book-Markt von rund EUR 2,5 Milliarden erwirtschaftet werden.³³⁴ Das bis zum Jahr 2012 vorherrschende exponentielle Umsatzwachstum dürfte mit Anfang des Jahres 2013 vorbei gewesen sein, denn im Bereich der E-Books wurde im ersten Halbjahr ein Defizit von 3,6 % im Vergleich zum gleichen Zeitraum des Vorjahres errechnet.³³⁵ Der Umsatzanteil von E-Books betrug im Jahr 2013 am gesamten Buchmarkt 13 % und am Publikumsmarkt 21 %.³³⁶

Das dritte Kapitel umfasst außerdem eine Betrachtung des Unternehmens *Amazon*. *Amazon* wurde 1994 gegründet, und hat sich in den letzten Jahren zu einem Online-Giganten entwickelt, der maßgeblich mit der Geschichte von E-Books und E-Book-Readern verbunden ist. Die aggressive Wachstumsstrategie, an der der Gründer Jeff Bezos seit der Unternehmensgründung festhält, hat das Unternehmen zu einem Internet-Star im Online-Einzelhandel und damit in einigen Ländern zum Marktführer aufsteigen lassen. *Amazon* hat dadurch neben zahlreichen zufriedenen Kunden vor allem auch viele Kritiker.

Das vierte Kapitel beschreibt die Marktdurchdringung von E-Books in Europa, insbesondere im deutschsprachigen Raum. Europa konnte im Jahr 2012 einen Umsatz am E-Book-Markt von EUR 540 Millionen erwirtschaften, wobei zwei Drittel davon auf Großbritannien entfallen. Deutschland ist mit 22 % der Umsätze der zweitgrößte europäische Markt.³³⁷

Wie sich im Rahmen der Ausarbeitung gezeigt hat, steigen die Umsätze von E-Books kontinuierlich an, und es kann am deutschen Buch-Markt eine schleichende Tendenz zum E-Book erkannt werden. Im Jahr 2013 konnten digitale Bücher einen Umsatzanteil am gesamten Buchmarkt von 3,9 % generieren, im Jahr 2010 lag ihr Anteil bei 0,5 %. Im Jahr 2014 sind zumindest 7 % der Buch-Käufer dazu geneigt, ihre Bücher zukünftig vor allem im E-Book-Format zu kaufen, 2010 hatten dies nur rund 2 % vor. Auch bei den Verlagen konnte eine Entwicklung hin zu E-Books erkannt werden. Im Jahr 2013 hatten bereits 65 % digitale Bücher in ihrem Sortiment.

³³⁴ Vgl. Buchreport [3] [Zugriff am 13.10.2014]

³³⁵ Vgl. Tesar [Zugriff am 31.12.2014]

³³⁶ Vgl. boersenblatt.net [13] [Zugriff am 05.01.2015]

³³⁷ Vgl. Buchreport [3] [Zugriff am 13.10.2014]

Gleichermaßen rüsten die Buchhändler ihr Angebot zunehmend mit E-Books auf. 2014 hatten bereits 79 % der Sortimente digitale Bücher und / oder Lesegeräte in ihrem Programm, was einem Plus von 6 % im Vergleich zum Vorjahr entspricht.³³⁸

Sowohl den Verlagen, als auch den Buchhändlern bereitet die zunehmende Konzentration bei den Online-Buchhändlern Sorge. Immer mehr Konsumenten bestellen ihre Bücher online, und viele stationäre Buchhändler haben nicht rechtzeitig auf diesen Trend reagiert. *Amazon* konnte dadurch auch in Deutschland zum unangefochtenen Marktführer im Bereich des Online-Buchhandels aufsteigen. Um jedoch mit *Amazon* in Wettbewerb zu treten, haben sich die Buchhändler *Weltbild*, *Thalia*, *Hugendubel* und *Club Bertelsmann* zusammengeschlossen, und einen gemeinsamen E-Book-Reader, den *tolino shine* auf den Markt gebracht. So möchten sie Marktanteile am E-Book-Markt zurückerobern.

Das vierte Kapitel widmet sich weiters der Marktdurchdringung von E-Books in Österreich. Leider bezieht sich die jüngste Studie zum österreichischen E-Book-Markt auf die Marktzahlen des Jahres 2011. Eine aktuellere Studie ist nicht vorhanden. Demnach haben im Jahr 2011 ca. 32,3 % der österreichischen Verlage E-Books in ihrem Sortiment geführt, was einem Plus von 15,3 % im Vergleich zum Jahr 2010 entsprach. Die Mehrheit der Verlage sagte für das Jahr 2015 einen Marktanteil von E-Books am Gesamtmarkt von ca. 10-15 % voraus.³³⁹ Eine weitere Erwähnung findet der österreichische E-Book-Markt im Bericht „*Global eBook – A report on market trends and developments*“ von Rüdiger Wischenbart. Darin wird auf die Nachbarschaft und Gemeinsamkeiten von Österreich zu Deutschland, sowie auf die Tatsache, dass Printbücher deutscher Verleger die österreichischen Buchhandlungen dominieren, hingewiesen. Aufgrund dieser Gegebenheiten kann laut Wischenbart angenommen werden, dass die Entwicklungen des deutschen E-Book-Marktes auch für den österreichischen E-Book-Markt Gültigkeit haben. Daraus lässt sich schließen, dass auch in Österreich vor allem Vielleser E-Books annehmen, und dass es im Bereich des Einzelhandelsumsatzes eine Verlagerung von den traditionellen Handelsketten hin zu den Online-Händlern gibt.³⁴⁰

³³⁸ Vgl. Börsenverein des deutschen Buchhandels [5] [Zugriff am 17.11.2014]

³³⁹ Vgl. Hauptverband des österreichischen Buchhandels [1] [Zugriff am 31.12.2014]

³⁴⁰ Vgl. Wischenbart (2014), S. 47

Diese Tendenz wurde bereits vom stationären Buchhandel in Österreich erkannt, und viele Buchhändler haben begonnen etwas dagegen zu unternehmen. Neben dem Betreiben einer eigenen Homepage inklusive Web-Shop, haben einige stationäre Buchhändler Kampagnen gestartet, um auf ihre Vorteile aufmerksam zu machen.

Im letzten Teil dieser Masterarbeit wurden die Auswirkungen von E-Books auf die österreichischen Bibliotheken betrachtet. Dabei hat sich gezeigt, dass viele Bibliotheken ihr Angebot bereits um digitale Bücher erweitert haben, und dieses Angebot auch von den Kunden genutzt wird. Jedoch bringt das sogenannte „E-Lending“ für Bibliotheken auch einige Probleme mit sich. Zum einen müssen sie zusätzliche finanzielle Mittel aufbringen, da nun neben der gedruckten Version eines Buches auch dessen digitale Version angeschafft werden muss. Zum anderen stellt die ungeklärte Rechtslage rund um die E-Book-Lizenzen eine noch größere Problematik dar, da Bibliotheken dadurch nicht selbst über ihren Bestand entscheiden können, und viele Verlage keine Lizenzen für Bibliotheken vergeben. Der Büchereiverband Österreichs versucht mit einer Kampagne auf diese Problematik aufmerksam zu machen.

Wie die Ausarbeitung zeigt, hat sich in den letzten Jahren im Bereich rund um die digitalen Bücher einiges getan. Es kommen immer neuere, technisch ausgereifere Lesegeräte auf den Markt, die den Buchleser vom Umstieg auf E-Books überzeugen sollen. Auch mit Plattformen im Bereich des „*social readings*“ wird versucht, den Leser noch weiter in die digitale Welt der Bücher einzuführen und durch den Austausch mit Gleichgesinnten an diese zu binden. Betrachtet man den deutschsprachigen Markt, und die Tatsache, dass erst 7 % der Buchkäufer gewillt sind, in Zukunft vor allem E-Books zu erstehen, zeigt sich jedoch, dass man von einem Wachstum, wie es in Nordamerika vorherrscht, weit entfernt ist. Auch wenn ein Anstieg bei den Verkaufszahlen und Umsätzen digitaler Bücher verzeichnet werden kann, entspricht diese Entwicklung noch lange nicht den Prognosen so mancher Experten. E-Books kommen zwar auch in Deutschland und Österreich immer mehr zum Einsatz, jedoch geschieht dies sehr langsam. Stationäre Buchhändler, die ihr Angebot um einen Web-Shop und E-Books erweitert haben, befinden sich mit Sicherheit auf dem richtigen Weg, um in einer Welt, in der zunehmend die Digitalisierung vorherrscht, bestehen zu können.

LITERATUR- UND QUELLENVERZEICHNIS

BIBLIOGRAPHIE

Böttger, K-P. (2013). Europa und die E-Books. *Büchereiperspektiven - Fachzeitschrift des Büchereiverbandes Österreichs*, 4/13, S. 28-30

Brandt, R. L. (2012). Mr. Amazon - Jeff Bezos und der Aufstieg von amazon.com. München: Ambition Verlag

Chennupati, K. R. (2012). E-Books: Past, Present and Future. *DESIDOC Journal of Library & Information Technology*, Vol. 32, Nr. 2, S. 79-82

Divakar, P. (2012). From Plato to Michael Hart: The Long Journey of E-books. *DESIDOC Journal of Library & Information Technology*, Vol. 32, Nr. 2, S. 109-115

Ecker, C. (2011). Seminararbeit: Bücher im digitalen Vertrieb in den USA und in Europa (state-of-the-art). Universität Wien

Gantert, K. (2010). Elektronische Informationsressourcen für Germanisten. Berlin: de Gruyter Saur Verlag

Hiller, H., Füssel, S. (2006). Wörterbuch des Buches (7. Aufl.). Frankfurt am Main: Vittorio Klostermann Verlag

Kruse, A. (2004). Online bestellen – offline lesen: Das Buch als Verkaufserfolg im Internet. Norderstedt: Books on Demand

Kremsberger, S. (2011). Social Reading: Lesen und mehr. *Büchereiperspektiven – Fachzeitschrift des Büchereiverbandes Österreichs*, 4/11, S. 22-23

Kremsberger, S. (2013). E-Lending in Österreich. *Büchereiperspektiven – Fachzeitschrift des Büchereiverbandes Österreichs*, 4/13, S. 32-33

Leitner, G. (2013). The right to e-read. *Büchereiperspektiven – Fachzeitschrift des Büchereiverbandes Österreichs*, 4/13, S. 2-5

Mladenow, A., Kryvinska, N., Strauss, C. (2012). Towards Cloud-Centric Service Environments. *Journal of Service Science Research*, 4(2), S.213-234

Vassiliou, M., Rowley, J. (2008). Progressing the definition of „e-book“. *Library Hi Tech*, Vol. 26, Nr. 3, S. 355-368

Wirtschaftskammer Wien (2013). Buchhandel - Imagekampagne. *Wiener Wirtschaft*, 37. Jahrgang, Nr. 15, S. 3

Wischenbart, R. (2014). Global eBook – A report on market trends and developments. Update spring 2014. Atlas: O'Reilly Media

INTERNETQUELLEN

Amazon [1] (2013). *Press Release - Amazon.com announces second quarter sales up 22% to \$15.70 billion*. Zugriff am 31.12.2014: <http://phx.corporate-ir.net/phoenix.zhtml?c=97664&p=irol-newsArticle&ID=1841314&highlight=>

Amazon [2] (2013). *Amazon nimmt die Vorwürfe bezüglich der Situation im Seepark Ost während der Weihnachtszeit sehr ernst*. Zugriff am 31.12.2014: <http://amazon-presse.de/presstexte/pressemeldung/year/2013/month/february/day/18/article/amazon-nimmt-die-vorwuerfe-bezueglich-der-situation-im-seepark-ost-waehrend-der-weihnachtszeit-sehr.html>

Augsburgwiki [1]. *Geschichte der Verlagsgruppe Weltbild GmbH*. Zugriff am 31.12.2014:
<http://www.augsburgwiki.de/index.php/AugsburgWiki/GeschichteDerVerlagsgruppeWeltbildGmbH>

Augsburgwiki [2]. *Jokers*. Zugriff am 31.12.2014:
<http://www.augsburgwiki.de/index.php/AugsburgWiki/JokersRestseller>

BBC (2013). *Amazon launches first online shopping site in India*. Zugriff am 31.12.2014: <http://www.bbc.com/news/business-22780571>

Bergert, D. (2012). *IFA - Wexler stellt Ebook-Reader mit biegsamem Display vor*. Zugriff am 10.10.2014: <http://www.pcwelt.de/news/IFA-Wexler-stellt-Ebook-Reader-mit-biegsamem-Display-vor-6544262.html>

Böhringer, S. (2010). *eBook Essentials #2: Dateiformate unter der Lupe*. Zugriff am 26.08.2012: <http://christliche-ebooks.de/home/item/74-ebook-essentials->

boersenblatt.net [1] (2013). *Studie von Börsenverein und GfK Panel Services Deutschland – „E-Books sind nicht mehr exotisch“*. Zugriff am 16.10.2014: <http://www.boersenblatt.net/624650/>

boersenblatt.net [2] (2013). *Klage von Verbraucherzentralen abgewiesen – E-Books dürfen nicht „gebraucht“ verkauft werden*. Zugriff am 01.12.2014: <http://www.boersenblatt.net/604386/>

boersenblatt.net [3] (2014). *Marketingaktion von Buy Local – „Knack die Nuss – hier vor Ort“*. Zugriff am 30.12.2014: <http://www.boersenblatt.net/831779/>

boersenblatt.net [4] (2013). *Buchhandlungen – Thalia Holding*. Zugriff am 30.12.2014: <http://www.boersenblatt.net/143493/>

boersenblatt.net [5] (2011). *E-Books – Thalia erwirbt textunes und kündigt OYO II an*. Zugriff am 31.12.2014: <http://www.boersenblatt.net/451630/>

boersenblatt.net [6] (2013). *Buchmarkt USA – Pole Position für E-Books – in vier Jahren*. Zugriff am 31.12.2014: <http://www.boersenblatt.net/624313/>

boersenblatt.net [7] (2014). *Buch und Buchhandel in Zahlen – Buchhandlungen*. Zugriff am 31.12.2014: http://www.boersenblatt.net/373298/template/bb_tpl_branchenzahlen/

boersenblatt.net [8] (2014). *Infografik in aktueller Ausgabe – Börsenblatt-Plakat „Buch und Buchhandel in Zahlen“*. Zugriff am 31.12.2014: <http://www.boersenblatt.net/626131>

boersenblatt.net [9] (2014). *Buch und Buchhandel in Zahlen – Käufer und Leser*. Zugriff am 31.12.2014: http://www.boersenblatt.net/373301/template/bb_tpl_branchenzahlen

boersenblatt.net [10]. *Standortmarketing - „Buy local“ – Bundesweite Kampagne*. Zugriff am 31.12.2014: <http://www.boersenblatt.net/499899/>

boersenblatt.net [11]. *Studie „Global eBook“ – Amazon drückt auf die Preise*. Zugriff am 05.01.2015: <http://www.boersenblatt.net/821863/>

boersenblatt.net [12]. *Versandbuchhandel: Wirtschaftsbilanz 2013 – Amazon weiter auf dem Vormarsch*. Zugriff am 05.01.2015: <http://www.boersenblatt.net/798500/>

boersenblatt.net [13]. *Studie „Global eBook“ – Amazon drückt auf die Preise*. Zugriff am 05.01.2015: <http://www.boersenblatt.net/821863/>

boersenblatt.net [14]. *Die USA und Großbritannien geben im digitalen Markt weiter den Ton an – Einsame Spitze*. Zugriff am 05.01.2015: <http://www.boersenblatt.net/792467/>

Börsenverein des deutschen Buchhandels [1] (2009). *Das Buch im Medienportfolio. Mediennutzungstypen unter Berücksichtigung des Buches in Deutschland, Österreich und der Schweiz*. Zugriff am 10.10.2014: http://www.boersenverein.de/sixcms/media.php/976/Das_Buch_im_Medienportfolio_Zusammenfassung_Presse.pdf

Börsenverein des deutschen Buchhandels [2] (2014). *E-Book-Studie*. Zugriff am 10.10.2014: <http://www.boersenverein.de/ebookstudie>

Börsenverein des deutschen Buchhandels [3] (2014). *Der Buchmarkt in Deutschland: Zahlen & Fakten*. Zugriff am 14.10.2014:
<http://www.boersenverein.de/de/182716>

Börsenverein des deutschen Buchhandels [4] (2013). *Von der Perspektive zur Relevanz – Das E-Book in Deutschland 2012*. Zugriff am 15.10.2014:
http://www.boersenverein.de/sixcms/media.php/976/E-Book-Studie_2013_PRESSEMAPPE.pdf

Börsenverein des deutschen Buchhandels [5] (2014). *Verankert im Markt – Das E-Book in Deutschland 2013*. Zugriff am 17.11.2014:
http://www.boersenverein.de/sixcms/media.php/976/Kurzversion_E-Book-Studie2014.pdf

Börsenverein des deutschen Buchhandels - Landesverband Bayern e.V. (2014). *Bundesweite Entwicklung der Buchbranche*. Zugriff am 13.10.2014:
http://www.boersenverein-bayern.de/de/portal/Bundesweite_Entwicklung/157704

Bonfanti, G., Bottai, E., Ferrario, M. (2013). *Reading Digital: Where Are We? Where are we going? Do Readers Dream of Electronic Books?* Zugriff am 13.10.2014:
<http://de.slideshare.net/lfBookThen/bonfantiferrario-at-kearney-bookrepublic>

booklooker.de (2013). *Über uns*. Zugriff am 31.12.2014:
<http://www.booklooker.de/pages/team.php>

Books on Demand (2014). *Hilfe & Service – Was bedeutet DRM?* Zugriff am 17.11.2014:
http://www.bod.de/hilfe.html?cmd=SINGLE&entryID=8457_GER_WSS&title=was-bedeutet-drm

Buchreport [1] (2011). *buchreport.de Jahresrückblick (Teil 6) – Die amerikanische Megapleite.* Zugriff am 01.10.2014:
http://www.buchreport.de/nachrichten/nachrichten_detail/datum/2011/12/28/die-amerikanische-megapleite.htm?no_cache=1&cHash=8927d5423e1f3350a4fcf923f0801363

Buchreport [2] (2012). *Amazon führt Inhalte-Flatrate für Kinder und Eltern ein – Die Familien-Flatrate.* Zugriff am 13.10.2014:
http://www.buchreport.at/nachrichten/online/online_nachricht/datum/2012/12/05/die-familien-flatrate.htm

Buchreport [3] (2013). *Studie: Europäischer E-Book-Markt wuchs 2012 um über 200% - Margen unter Druck.* Zugriff am 13.10.2014:
http://www.buchreport.de/nachrichten/verlage/verlage_nachricht/datum/2013/03/28/margen-unter-druck.htm

Buchreport [4] (2013). *Amazon ist in Deutschland größer als bisher angenommen – Amazon kontrolliert rund 20% des Buchmarktes.* Zugriff am 20.10.2014:
http://www.buchreport.de/nachrichten/nachrichten_detail/datum/2013/02/05/amazon-kontrolliert-rund-20-des-buchmarktes.htm?no_cache=1&cHash=fb7be48b193d4feede8bbe24541765c8

Buchreport [5] (2013). *Verband der Versandbuchhändler taxiert Amazon-Dominanz – Amazon kontrolliert drei Viertel des Online-Buchhandels.* Zugriff am 21.10.2014:
http://www.buchreport.de/nachrichten/handel/handel_nachricht/datum/2013/05/14/amazon-kontrolliert-drei-viertel-des-online-buchhandels.htm

Buchreport [6] (2013). *US-Konsumenten zahlen im Schnitt 5,65 Dollar für digitale Bücher – Massiver Preisverfall bei E-Books.* Zugriff am 02.12.2014:
http://www.buchreport.de/nachrichten/verlage/verlage_nachricht/datum/2013/08/13/massiver-preisverfall-bei-e-books.htm

Buchreport [7] (2013). *USA: Zwei Drittel der E-Book-Leser kaufen bei Amazon – Der Kindle ist König.* Zugriff am 31.12.2014: http://www.buchreport.de/nachrichten/online/online_nachricht/datum/2013/11/26/der-kindle-ist-koenig.htm

Buchreport [8] (2014). *Österreich: Computerhändler DiTech ist insolvent – Thalias Elektronik-Partner macht dicht.* Zugriff am 31.12.2014: http://www.buchreport.at/nachrichten/handel/handel_nachricht/datum/2014/04/16/thalias-elektronik-partner-macht-dicht.htm

Buchreport [9] (2012). *Douglas muss den 25%-Anteil an Thalia übernehmen – Könncke steigt aus.* Zugriff am 31.12.2014: http://www.buchreport.at/nachrichten/nachrichten_detail/datum/2012/03/15/koennecke-steigt-aus.htm?no_cache=1&cHash=35cf8f1375ba4289980849ee6cb6532e

Buchreport [10] (2014). *E-Book-MwSt: Wie sich das Bestimmungslandprinzip auswirkt – Mehr Wettbewerb, weniger Marge.* Zugriff am 05.01.2015: http://www.buchreport.at/nachrichten/verlage/verlage_nachricht/datum/2014/07/15/mehr-wettbewerb-weniger-marge.htm

Buchreport [11] (2014). *Amazon Deutschland steigerte Umsatz 2013 um ein Fünftel – Keine Spur von Schwäche.* Zugriff am 05.01.2015: http://www.buchreport.de/nachrichten/handel/handel_nachricht/datum/2014/01/31/keine-spur-von-schwaeche.htm

Bücher-Wiki. *Verlagsgruppe Weltbild GmbH.* Zugriff am 31.12.2014: <http://www.buecher-wiki.at/index.php/BuecherWiki/VerlagsgruppeWeltbildGmbH>

Buy local [1]. *Hintergrund.* Zugriff am 31.12.2014: <http://www.buylocal.de/unsere-ziele/hintergrund/>

Buy local [2]. *Über uns. Unsere Vision.* Zugriff am 31.12.2014: <http://www.buylocal.de/unsere-ziele/ueber-uns/>

derStandard.at [1] (2013). *Neues eBook-DRM soll Filesharer entlarven*. Zugriff am 03.09.2014: <http://derstandard.at/1371169754823/Neues-eBook-DRM-soll-Filesharer-entlarven>

derStandard.at [2] (2013). *Buchhändler sagen Amazon mit Tolino Shine Kampf an*. Zugriff am 30.12.2014: <http://derstandard.at/1385171164255/Buchhaendler-sagen-Amazon-mit-Tolino-Shine-Kampf-an>

derStandard.at [3] (2013). *"Digital Paper": Sony arbeitet an E-Reader mit 13,3 Zoll*. Zugriff am 31.12.2014: <http://derstandard.at/1363710812642/Digital-Paper-Sony-arbeitet-an-E-Reader-mit-133-Zoll>

derStandard.at [4] (2013). *Online und E-Books bringen klassische Buchhändler in Not*. Zugriff am 31.12.2014: <http://derstandard.at/1358305653394/Online-und-E-Books-bringen-klassische-Buchhaendler-in-Not>

derStandard.at [5] (2014). *Amazons Lebensmittel-Lieferdienst soll bald in Deutschland starten*. Zugriff am 31.12.2014: <http://derstandard.at/1392685729723/Amazons-Lebensmittel-Lieferdienst-soll-bald-in-Deutschland-starten>

derStandard.at [6] (2014). *Streik bei Amazon Deutschland beendet*. Zugriff am 05.01.2015: <http://derstandard.at/2000009675180/Streiks-bei-Amazon-Deutschland-bis-Heiligabend>

derStandard.at [7] (2014). *Neue EU-Steuer auf digitale Güter mit skurrilen Ausnahmen*. Zugriff am 05.01.2015: <http://derstandard.at/2000009363014/Neue-EU-Steuer-auf-digitale-Gueter-mit-skurrielen-Ausnahmen>

derStandard.at [8] (2014). *Nationalrat hat Buchpreisbindung für E-Books beschlossen*. Zugriff am 05.01.2015: <http://derstandard.at/2000007237891/Nationalrat-hat-Buchpreisbindung-fuer-E-Books-beschlossen>

DiePresse.com (2014). *Tablets: iPad-Marktanteil stark eingebrochen*. Zugriff am 05.01.2015:

http://diepresse.com/home/techscience/hightech/1600002/Tablets_iPadMarktanteil-stark-eingebrochen

Donath, A. (2013). *Carta - E-Ink-Display nähert sich weiter der Buchdruckqualität*. Zugriff am 30.12.2014: <http://www.golem.de/news/carta-e-ink-display-naehert-sich-weiter-der-buchdruckqualitaet-1309-101459.html>

Duden. *Tablet-PC, der.* Zugriff am 04.11.2014:
http://www.duden.de/rechtschreibung/Tablet_PC

ebooknet.de. *Die Geschichte der eBooks, Teil 1.* Zugriff am 31.12.2014:
<http://www.ebooknet.de/die-geschichte-der-ebooks-teil-1>

ebookreader-info.de [1]. *eBook Reader Chronik - Die Geschichte des elektronischen Buchs.* Zugriff am 21.07.2013: <http://www.ebookreader-info.de/ebookreader-geschichte>

ebookreader-info.de [2]. *Ectaco Jetbook Color.* Zugriff am 30.12.2014:
<http://www.ebookreader-info.de/ectaco-jetbook-color/>

Ehling, H. (2011). *Wie grün ist mein E-Book?* Zugriff am 14.10.2014:
<http://www.ehlingmedia.com/blog/?p=848>

E Ink Corporation. *About us.* Zugriff am 04.12.2014:
http://www.eink.com/about_us.html

EI-Heliebi, C. (2013). *Online Buchkauf in den USA und Großbritannien boomt*. Zugriff am 31.12.2014: <http://allesebook.de/marktanalyse/online-buchkauf-in-den-usa-und-grosbritannien-boomt-29124/>

Ernst, N. (2014). *DPTS 1 – Sonys Digital Paper kostet mehr als 1.000 US-Dollar*. Zugriff am 31.12.2014: <http://www.golem.de/news/dpts1-sonys-digital-paper-kostet-mehr-als-1-000-us-dollar-1403-105441.html>

Fiedler, J., Beuth, P., Endres, A., Faigle, P. (2013). *Leiharbeiter – Aufstand gegen Amazon*. Zugriff am 31.12.2014: <http://www.zeit.de/wirtschaft/unternehmen/2013-02/amazons-abbitte>

Fritzsche, L. (2013). *Dein Buch liest dich*. Zugriff am 04.10.2014: <http://sz-magazin.sueddeutsche.de/texte/anzeigen/40237/Dein-Buch-liest-dich>

Gara, T. (2013). *What Warehouses? Amazon's Quarterly Message Is All Digital*. Zugriff am 31.12.2014: <http://blogs.wsj.com/corporate-intelligence/2013/07/25/what-warehouses-amazons-quarterly-message-is-all-digital/?KEYWORDS=amazon>

Giersberg, G. (2014). *Pleite – Katholischer Weltbild-Verlag ist insolvent*. Zugriff am 31.12.2014: <http://www.faz.net/aktuell/wirtschaft/unternehmen/pleite-katholischer-weltbild-verlag-ist-insolvent-12745909.html>

Gilli, S. (2012). *Kein Kuscheln mit dem E-Book*. Zugriff am 31.12.2014: <http://derstandard.at/1353206601922/Kein-Kuscheln-mit-dem-E-Book>

Haupt, J. [1] (2013). *Amazon: Kindle-Boom sorgt für Wachstum und Verluste*. Zugriff am 25.09.2014: <http://www.lesen.net/diskurse/amazon-kindle-boom-sorgt-fur-wachstum-und-verluste-7107/>

Haupt, J. [2] (2013). *Amazon überschwemmt Kindle Charts mit Billig-E-Books*. Zugriff am 26.09.2014: <http://www.lesen.net/kaufen/amazon-uberschwemmt-kindle-charts-mit-billig-e-books-6988/>

Haupt, J. [3] (2013). *eBook Reader auf der IFA 2013*. Zugriff am 30.12.2014: <http://www.lesen.net/ereader/ebook-reader-auf-der-ifa-2013-7901/>

Haupt, J. [4] (2013). *Tolino Shine: 50 Euro Cashback bei Sony-Reader-Einsendung*. Zugriff am 31.12.2014: <http://www.lesen.net/ereader/tolino-shine-50-euro-cashback-bei-sony-reader-einsendung-9157/>

Haupt, J. [5] (2013). *eBook-Bundles: Kindle Matchbook ist online*. Zugriff am 31.12.2014: <http://www.lesen.net/ebook-news/ebook-bundles-kindle-matchbook-ist-online-8620/>

Hauptverband des österreichischen Buchhandels [1] (2012). *Presseaussendungen - E-Book-Studie 2012 und die Digitalen Lesewelten der BUCH WIEN*. Zugriff am 31.12.2014: http://www.buecher.at/show_content.php?action=show&sid=85&s2id=0&dbid=622&ebene=3&pid=20

Hauptverband des österreichischen Buchhandels [2] (2013). *Frankreich: neues Gesetz soll Buchhandlungen vor Amazon schützen*. Zugriff am 31.12.2014: http://www.buecher.at/show_content.php?sid=94&detail_id=7229

Hauptverband des österreichischen Buchhandels [3] (2013). *Aktuelle Zahlen zum österreichischen Buchmarkt – November 2013*. Zugriff am 31.12.2014: http://www.buecher.at/rte/upload/presstexte/aktuelle_zahlen_zum_o_776_sterreichischen_buchmarkt_19_11_13.pdf

Hazard Owen, L. (2013). *PwC: the U.S. consumer ebook market will be bigger than the print book market by 2017*. Zugriff am 30.12.2014: <http://paidcontent.org/2013/06/04/pwc-the-u-s-consumer-ebook-market-will-be-bigger-than-the-print-book-market-by-2017/>

Heise Online (2013). *Consumermarkt: Erstmals mehr Tablets als Notebooks verkauft*. Zugriff am 30.12.2014: <http://www.heise.de/newsticker/meldung/Consumermarkt-Erstmals-mehr-Tablets-als-Notebooks-verkauft-1938179.html>

Hell, M. (2014). „Das Lesen neu denken“: *Christoph Kappes zum aktuellen Stand bei Sobooks*“. Zugriff am 31.12.2014: <http://blog.buchmesse.de/2014/06/26/das-lesen-neu-denken-christoph-kappes-zum-aktuellen-stand-bei-sobooks/>

ITwissen.info. *Phablet.* Zugriff am 31.12.2014: <http://www.itwissen.info/definition/lexikon/Phablet-phablet.html>

Johannes Gutenberg-Universität Mainz (2013). *Amazon und Apple schotten ihre E-Book-Märkte mit proprietären Formaten bewusst ab.* Zugriff am 31.12.2014: <http://www.uni-mainz.de/presse/56350.php>

Kaschade, N. (2012). *Vor- und Nachteile von eBooks.* Zugriff am 30.03.2013: <http://ebooks-lesen.net/vor-und-nachteile-von-ebooks/>

Kern, F. (2013). *EPUB 3: Der Stand der Dinge.* Zugriff am 31.12.2014: <http://www.dpc-consulting.org/epub-3-der-stand-der-dinge/>

Kernstock, M., Potyka, A. *Die Buchpreisbindung und ihre Aktualität im Liberalismus.* Zugriff am 31.12.2014: <http://www.buecher.at/rte/upload/pdf/bp.pdf>

Költzsch, T. [1] (2013). *Tablet- Verkaufszahlen - Zwei Drittel aller Tablets kommen mit Android.* Zugriff am 30.12.2014: <http://www.golem.de/news/tablet-verkaufszahlen-zwei-drittel-aller-tablets-kommen-mit-android-1307-100687.html>

Költzsch, T. [2] (2014). *Mobile Betriebssysteme – Android läuft auf fast 85 Prozent aller Smartphones.* Zugriff am 05.01.2015: <http://www.golem.de/news/mobile-betriebssysteme-android-laeuft-auf-fast-85-prozent-aller-smartphones-1408-108290.html>

Kraus, S. (2011). *E-Books auf mobilen Endgeräten. Eine Studie zum deutschen E-Reader-Markt und den darin vorkommenden Nutzerbedürfnissen am Beispiel einer Zielgruppenbefragung.* Alles Buch. Studien der Erlanger Buchwissenschaft XLI, Erlangen. Zugriff am 30.12.2014: <http://www.alles-buch.uni-erlangen.de/Kraus.pdf>

Kurier (2013). *Thalia: Zumindest in Österreich läuft es gut*. Zugriff am 31.12.2014: <http://kurier.at/wirtschaft/unternehmen/thalia-zumindest-in-oesterreich-laeuft-es-gut/28.324.622>

Lambertz, S. (2013). *Der Online-Buchmarkt in Deutschland – Eine Übersicht*. Zugriff am 31.12.2014: <http://www.ebusiness-lotse-koeln.de/Branchen/Buecher-und-Medien/Der-Online-Buchmarkt-in-Deutschland-Eine-Uebersicht>

Lehmanns Media. *Fragen und Antworten zur Buchpreisbindung*. Zugriff am 31.12.2014: <http://www.lehmanns.de/page/buchpreisbindung>

Lewitscharoff, S. (2013). „*Wenn ich eine Firma hasse, dann Amazon*“. Zugriff am 14.01.2015: <http://www.welt.de/kultur/literarischewelt/article122236362/Wenn-ich-eine-Firma-hasse-dann-Amazon.html>

Liel, M. (2011). *E-Book-Reader umweltfreundlicher als Bücher*. Zugriff am 14.10.2014: <http://www.energieleben.at/e-book-reader-umweltfreundlicher-als-bucher/>

Lindner, R., Knop, C. (2013). *Online-Handel – Amazon lüftet deutsches Umsatzgeheimnis*. Zugriff am 31.12.2014: <http://www.faz.net/aktuell/wirtschaft/netzwirtschaft/online-handel-amazon-lueftet-deutsches-umsatzgeheimnis-12052201.html>

Meier, S. [1] (2013). *E-Book-Markt Deutschland knapp vor 10% (Analyse)*. Zugriff am 31.12.2014: <http://meier-meint.de/2013/06/11/deutscher-e-book-markt-knapp-vor-10-analyse/>

Meier, S. [2] (2013). *Von Hype und Relevanz: Der deutsche E-Book Markt*. Zugriff am 31.12.2014: <http://www.lesen.net/ebook-news/von-hype-und-relevanz-der-deutsche-e-book-markt-6675/>

Mey, S. (2012). *Österreichs Verlage werden digitaler*. Zugriff am 30.12.2014: <http://wirtschaftsblatt.at/home/life/techzone/1314612/Oesterreichs-Verlage-werden-digitaler>

Meyer, D., Kalenda, F. (2011). *EU erwägt Regulierung von E-Book-Formaten*. Zugriff am 31.12.2014: <http://www.zdnet.de/41557247/eu-erwaegt-regulierung-von-e-book-formaten/>

Müller, C., Spiegel, S., Ullrich, F. (2010). *E-Books in Deutschland – Der Beginn einer neuen Gutenberg-Ära?* PricewaterhouseCoopers. Zugriff am 31.12.2014: http://www.pwc.de/de/technologie-medien-und-telekommunikation/assets/E-books_in_Deutschland_-_Beginn_einer_neuen_Gutenberg-Aera.pdf

Nawotka, E. (2013). *USA: Barnes & Noble – Überleben in Zeiten von Amazon*. Zugriff am 31.12.2014: <http://www.boersenblatt.net/632129/>

Pakalski, I. [1] (2004). *Sony Librié: Erstes Produkt mit elektronischer Tinte kommt - Neuer E-Book-Reader mit elektronischer Tinte von Sony vorgestellt*. Zugriff am 31.12.2014: <http://www.golem.de/0403/30493.html>

Pakalski, I. [2] (2014). *Hands on Yotaphone 2 - Doppeldisplay-Smartphone mit Touchscreen-EPD*. Zugriff am 31.12.2014: <http://www.golem.de/news/hands-on-yotaphone-2-doppeldisplay-smartphone-mit-touchscreen-epd-1402-104791.html>

Pleimling, D. (2012). *Social Reading – Lesen im digitalen Zeitalter*. Zugriff am 31.12.2014: <http://www.bpb.de/apuz/145378/social-reading-lesen-im-digitalen-zeitalter?p=all>

Pluta, W. [1] (2011). *IPUBSOFT - Software entfernt Kopierschutz von E-Books*. Zugriff am 31.12.2014: <http://www.golem.de/1108/85458.html>

Pluta, W. [2] (2012). *Kindle Paperwhite - Amazons neuer E-Book-Reader leuchtet*. Zugriff am 31.12.2014: <http://www.golem.de/news/kindle-paperwhite-amazons-neuer-e-book-reader-leuchtet-1209-94394.html>

Presstext (2012). *Ende der Format-Kriege bei E-Books in Sicht - Abwenden großer Verlage von Kopierschutz als erster Schritt*. Zugriff am 31.12.2014: <http://www.presstext.com/news/20120504027>

religion.ORF.at (2014). *Weltbild-Verkauf an Droege abgeschlossen*. Zugriff am 31.12.2014: <http://religion.orf.at/stories/2661406/>

Riegler, B. (2014). *Kindle Voyage im Test: E-Books wie gedruckt*. Zugriff am 31.12.2014: <http://derstandard.at/2000008104229/Kindle-Voyage-im-Test-E-Books-wie-gedruckt>

Rixecker, K. (2014). *MWC 2014: InkCase – Hülle erweitert euer iOS- oder Android-Smartphone um ein E-Ink-Display*. Zugriff am 31.12.2014: <http://t3n.de/news/inkcase-iphone-android-samsung-mwc-2014-galaxy-s4-note-2-530448/>

Roesler-Graichen, M. (2012). *Digitales Publizieren: Stand und Perspektiven*. Zugriff am 31.12.2014: <http://www.bpb.de/apuz/145374/digitales-publizieren-stand-und-perspektiven?p=all>

Schröder, T. (2013). *Amazon – Auf Weltherrschaft getrimmt*. Zugriff am 31.12.2014: <http://www.zeit.de/wirtschaft/unternehmen/2013-12/amazon-bezos-wachstum>

Schwanenberg, J., Artmann, A. (2010). *iPad, E-Book, EPUB: Bücher im digitalen Vertrieb*. Zugriff am 31.12.2014: http://www.markstein.com/tango/Dossier_E-Books_V1.pdf

Sebayang, A. (2009). *Test: Sonys schlichter E-Book-Reader PRS-505 (Update) – Sony bringt ein veraltetes Gerät auf den deutschen Markt*. Zugriff am 31.12.2014: <http://www.golem.de/0902/65392.html>

Späte, E. *USA: Bundesstaaten erlassen sog. „Amazon Tax Laws“*. Zugriff am 13.10.2014: http://www.gtai.de/GTAI/Navigation/DE/Trade/Recht-Zoll/wirtschafts-und-steuerrecht,did=553652.html&channel=premium_channel_gtai_1

Spiegel Online (1999). *Rocket eBook: Die Revolution stolpert voran*. Zugriff am 31.12.2014: <http://www.spiegel.de/netzwelt/tech/rocket-ebook-die-revolution-stolpert-voran-a-53504.html>

Statistik Austria (2014) [1]. *Haushalte mit Computer, Internetzugang und Breitbandverbindungen; Personen mit Computer- und Internetnutzung sowie Online-Shopper 2002 bis 2014*. Zugriff am 31.12.2014: http://www.statistik.gv.at/web_de/statistiken/informationsgesellschaft/ikt-einsatz_in_haushalten/022206.html

Statistik Austria (2013) [2]. *3,5 Mio. Personen gehen online shoppen*. Zugriff am 31.12.2014: http://www.statistik.at/web_de/dynamic/statistiken/informationsgesellschaft/ikt-einsatz_in_haushalten/073631

Steier, H. (2013). *Start-up will Markt für E-Books umwälzen – „Das Spotify-Modell funktioniert nicht gut“*. Zugriff am 31.12.2014: <http://www.nzz.ch/aktuell/digital/sobooks-christoph-kappes-interview-1.18165960>

Tesar, V. (2013). *eBook-Umsätze in den USA rückläufig*. Zugriff am 31.12.2014: <http://www.lesen.net/ebook-news/ebook-umsaetze-in-den-usa-ruecklaeufig-8126/>

Thalia.at [1]. *Das beste der vielen Welten*. Zugriff am 31.12.2014: <http://www.thalia.at/shop/unternehmen/show/>

Thalia.at [2]. *Die Geschichte der Thalia Gruppe*. Zugriff am 31.12.2014: <http://www.thalia.at/shop/geschichte/show/?hkkat=special03>

Thalia.at [3]. *Presseaussendungen*. Zugriff am 31.12.2014: <http://www.thalia.at/shop/presseaussendungen/show/>

Thalia.de [1]. *Pressemitteilungen*. Zugriff am 31.12.2014: <http://unternehmen.thalia.de/presse/pressemitteilungen/>

Thalia.de [2]. *Tradition und Zukunft: Die Unternehmensgeschichte von Thalia*. Zugriff am 31.12.2014: <http://unternehmen.thalia.de/unternehmen/historie/>

Tiefenthäler, R. (2013). *MWC 2013 - YotaPhone mit Doppel-Display als E-Reader und Smartphone*. Zugriff am 31.12.2014: <http://www.notebookcheck.com/YotaPhone-mit-Doppel-Display-als-E-Reader-und-Smartphone.88935.0.html>

UNESCO (1964). *Recommendation concerning the International Standardization of Statistics Relating to Book Production and Periodicals*. Zugriff am 31.10.2014: http://portal.unesco.org/en/ev.php-URL_ID=13068&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html

Verlagsgruppe Weltbild (2013) [1]. *Familienfreundlicher Tablet PC: Weltbild bringt ein Tablet speziell für Kinder auf den Markt*. Zugriff am 31.12.2014: <http://www.weltbild.com/presse/pressemitteilung/Familienfreundlicher-Tablet--PC-Weltbild-bringt-ein-Tablet-speziell-fuer-Kinder-auf-den-Markt/554/>

Verlagsgruppe Weltbild (2013) [2]. *Verkaufsstart der toline Tablets pünktlich zum Weihnachtsgeschäft*. Zugriff am 31.12.2014: <http://www.weltbild.com/presse/pressemitteilung/Verkaufsstart-der-tolino-Tablets-puenktlich-zum-Weihnachtsgeschaeft/570/>

Verlagsgruppe Weltbild (2014) [3]. *Ein Jahr toline: Partner ziehen positive Bilanz – neuer eReader toline vision kommt zu Ostern*. Zugriff am 31.12.2014: <http://www.weltbild.com/presse/pressemitteilung/Ein-Jahr-tolino-Partner-ziehen-positive-Bilanz---neuer-eReader-tolino-vision-kommt-zu-Ostern/588/>

Verlagsgruppe Weltbild (2014) [4]. *tolino jetzt auch in Belgien verfügbar*. Zugriff am 31.12.2014: <http://www.weltbild.com/presse/pressemitteilung/tolino-jetzt-auch-in-Belgien-verfuegbar/595/>

Verlagsgruppe Weltbild (2014) [5]. *Weltbild übernimmt Anteile der Axel Springer SE an bücher.de.* Zugriff am 31.12.2014: <http://www.weltbild.com/presse/pressemitteilung/Weltbild-uebernimmt-Anteile-der-Axel-Springer-SE-an-buecherde/598/>

Verlagsgruppe Weltbild (2014) [6]. *tolino für den ganzen Buchhandel: Libri wird Kooperationspartner, neue Geräte zum Weihnachtsgeschäft.* Zugriff am 31.12.2014: <http://www.weltbild.com/presse/pressemitteilung/tolino-fuer-den-ganzen-Buchhandel-Libri-wird-Kooperationspartner-neue-Geraete-zum-Weihnachtsgeschaeft/600/>

Verlagsgruppe Weltbild (2014) [7]. *Weltbild startet Kooperation mit Spreadshirt.* Zugriff am 31.12.2014: <http://www.weltbild.com/presse/pressemitteilung/Weltbild-startet-Kooperation-mit-Spreadshirt-/606/>

Vielseitig. *Ihr Buch hat ein Gesicht – Wiens Buchhandel hat viele.* Zugriff am 31.12.2014: <http://www.ihrbuchhateingesicht.at/>

Von Prittwitz, G. (2013). *„Der Schmah muss laufen.“ SteglitzMind stellt Petra Hartlieb von der Buchhandlung „Hartliebs Bücher“ vor.* Zugriff am 31.12.2014: <http://steglitzmind.wordpress.com/2013/08/03/der-schmah-muss-laufen-steglitzmind-stellt-petra-hartlieb-von-der-buchhandlung-hartliebs-bucher-vor/>

Warner, A. (2013). *Ein Jahr ohne DRM – Sci-Fi-Label Tor Books zieht positive Bilanz.* Zugriff am 31.12.2014: <http://www.e-book-news.de/ein-jahr-ohne-drm-sci-fi-verlag-tor-books-zieht-positive-bilanz/>

Wattig, L. (2009). *Was sind Bücher in einer digitalen Welt?* Zugriff am 31.10.2014: <http://upload-magazin.de/blog/3468-was-sind-bucher-in-einer-digitalen-welt/>

Weigert, M. (2013). *Monetarisierung ist nicht optional: Was Startups vom Fall Quote.fm lernen können.* Zugriff am 31.12.2014: <http://netzwertig.com/2013/04/29/monetarisierung-ist-nicht-optional-was-startups-vom-fall-quote-fm-lernen-koennen/>

Weltbild Marktplatz. *Der Weltbild Marktplatz in Zusammenarbeit mit booklooker.*
Zugriff am 31.12.2014: <http://www.weltbild-marktplatz.de/>

Zettel, C. (2013). *Amazon-Boycott: Was vom Protest übrig bleibt.* Zugriff am 31.12.2014: <http://futurezone.at/digital-life/amazon-boycott-was-vom-protest-uebrig-bleibt/24.593.070>

Zickuhr, K., Rainie, L. (2014) [1]. *E-Reading rises as device ownership jumps.*
Zugriff am 29.10.2014: <http://www.pewinternet.org/2014/01/16/e-reading-rises-as-device-ownership-jumps/>

Zickuhr, K., Rainie, L. (2014) [2]. *Tablet and E-reader ownership.* Zugriff am 29.10.2014: <http://www.pewinternet.org/2014/01/16/tablet-and-e-reader-ownership/>

Zickuhr, K., Rainie, L. (2014) [3]. *A snapshot of Reading in America in 2013.* Zugriff am 29.10.2014: <http://www.pewinternet.org/2014/01/16/a-snapshot-of-reading-in-america-in-2013/>

Zsolt, W. (2009). *Das Elektronische Buch landet in Österreich.* Zugriff am 31.12.2014: <http://derstandard.at/1234509174414/eBook-Reader-Das-Elektronische-Buch-landet-in-Oesterreich>

ANHANG I: ABSTRACT (DEUTSCH)

E-Books gewinnen in Zeiten der Digitalisierung immer mehr an Bedeutung. Das zentrale Thema der vorliegenden Arbeit ist deren Verbreitung am Buchmarkt, insbesondere im deutschsprachigen Raum. Um dem Leser dieser Arbeit ein Grundverständnis für die Thematik zu vermitteln, werden zuerst die Grundlagen von E-Books erläutert, wie etwa deren Definition und Abgrenzung zum Printbuch, die Definition und technischen Grundlagen von E-Book-Readern, die existierenden E-Book-Formate und die neuen Aspekte, die das Lesen von digitalen Büchern mit sich bringt. Im darauffolgenden Kapitel wird die Marktdurchdringung von E-Books in den USA beschrieben, da der nordamerikanische Markt als Vorreiter im Bereich E-Books und E-Book-Reader gilt. Hier wird vor allem auf Umsatzentwicklungen und das Unternehmen *Amazon* näher eingegangen. Anschließend wird die Marktdurchdringung von E-Books in Europa, insbesondere im deutschsprachigen Raum behandelt. Dabei wird der E-Book-Markt von Deutschland und Österreich analysiert. Zum Abschluss folgen eine Zusammenfassung und ein Fazit.

Schlagwörter: Amazon, Buchmarkt, Deutschland, E-Books, E-Book-Reader, E-Lending, Europa, Marktdurchdringung, Österreich, Online-Buchhandel, Umsatzanteil, Umsatzentwicklung, USA

ANHANG II: ABSTRACT (ENGLISCH)

E-books become more and more important in times of digitization. The essential topic of this thesis is their market penetration, especially in the German-speaking area. To give the reader a basic understanding of the topic of this work, the principles of e-books, such as their definition, the definition and technical bases of e-book-reader, the available e-book-formats and new aspects that appear in the context of reading digital books, are explained first. The following chapter describes the market penetration of e-books in the USA, because the North American market is a pioneer in the area of e-books and e-book-reader. The essential topics in this chapter are sales trends and the company *Amazon*. After that the market penetration of e-books in Europe, particularly in the German-speaking area, is treated. This includes an analysis of the e-book-market in Germany and Austria. In conclusion there is a summary and a result.

Keywords: Amazon, Austria, Book Market, E-Books, E-Book-Reader, E-Lending, Europe, Germany, Market Penetration, Online Bookstore, Sales Share, Sales Trend, USA

ANHANG III: LEBENSLAUF AUTOR

Claudia Ecker, Bakk.

c_ecker@gmx.at

Ausbildung:

Seit 10/2009	Universität Wien, Masterstudium der Betriebswirtschaft (Schwerpunkte: eBusiness, Controlling)
10/2005 – 06/2009	Universität Wien, Bakkalaureatsstudium der Betriebswirtschaft (Schwerpunkte: betriebliche Rechnungslegung, Produktionsmanagement, Marketingmanagement)
09/1997 - 06/2003	Handelsakademie Mistelbach
09/1994 - 06/1997	Gymnasium Floridsdorf
09/1993 - 06/1994	Gymnasium Strebersdorf
09/1989 – 06/1993	Volksschule Ulrichskirchen-Schleinbach

Berufserfahrung:

Seit 10/2003	Ing. Josef Ecker GesmbH, Assistentin der Geschäftsleitung
07/2003 – 08/2003	Ferialpraxis bei Siemens Österreich
07/2002	Ferialpraxis bei mobilkom austria
07/1999	Ferialpraxis bei Sauter Mess- und Regeltechnik GesmbH
07/1998	Ferialpraxis bei Ing. Josef Ecker GesmbH