

MEDIEN DIGITAL

WIE DAS INTERNET DEN BUCHMARKT VERÄNDERT

Ergebnisse einer Delphistudie

Arnold Picot & Christoph Janello

FRIEDRICH
EBERT 
STIFTUNG

MEDIEN DIGITAL

WIE DAS INTERNET DEN BUCHMARKT VERÄNDERT

Ergebnisse einer Delphistudie

Arnold Picot & Christoph Janello

FRIEDRICH
EBERT 
STIFTUNG

Inhalt

| | |
|--|----|
| Thesen zum Buchmarkt der Zukunft | 5 |
| I. Motivation und Methodik der Untersuchung | 7 |
| II. Der Buchmarkt der Zukunft im Überblick | 10 |
| 1. Veränderungen | 10 |
| 2. Herausforderungen | 11 |
| III. Onlineverfügbarkeit von Volltexten: Bedeutung und Potenziale | 13 |
| 1. Bedeutung der Volltextsuche | 13 |
| 2. Attraktive Zusatzfunktionen | 14 |
| 3. Onlinezugriff auf Volltexte aus Sicht der Nutzer und der Rechteinhaber | 15 |
| IV. E-Book – eine Bedrohung und wenn ja, für wen? | 17 |
| V. Veränderungen der Wertschöpfungsstruktur | 18 |
| VI. Auswirkungen auf Erlösstrukturen | 26 |
| 1. Umsatzverteilung auf die verschiedenen Vertriebswege | 26 |
| 2. Veränderungen in der Erlöszusammensetzung | 26 |
| 3. Preisgestaltung von elektronischen Büchern | 28 |
| VII. Zusammenfassung und Ausblick | 31 |
| Weiterführende Literatur | 33 |
| Abbildungsverzeichnis | 34 |
| Die Autoren | 35 |

ISBN: 978-3-89892-851-9

1. Auflage
Copyright by Friedrich-Ebert-Stiftung

Hiroshimastraße 17, 10785 Berlin
Stabsabteilung, www.fes.de/stabsabteilung
Redaktion: Beate Martin, Eike-Gretha Breuer, Marion Stichler
Layout & Umschlag: minus Design, Berlin
Fotos: Johannes Beck & Peter Großöhme
Druck: bub Bonner Universitäts-Buchdruckerei
Printed in Germany 2007

Wir bedanken uns für die freundliche Förderung dieser Publikation durch
die Erich-Brost-Stiftung.

Thesen zum Buchmarkt der Zukunft

- *Bei der Anbahnung und Durchführung von Buchverkäufen kommt es zu einer deutlichen Verlagerung in Richtung internetbasierter Anbieter.*
- *Die reine Volltextsuche ist nur der erste Schritt der kommerziellen Verwertung digitaler Volltextdaten.*
- *Elektronische Bücher erfordern neue Erlösmodelle.*
- *Das Internet verändert große Teile des Buchmarktes so nachhaltig, dass keine Position unberührt bleibt. Besonders betroffen ist jedoch der Bereich instrumenteller Fachinformationen.*

I. Motivation und Methodik der Untersuchung

Die Unternehmen im seit Jahrhunderten strukturell nahezu unveränderten Buchmarkt sind zum ersten Mal in ihrer Geschichte bedroht: Neue Technologien auf der Basis von Digitalisierung und Internet senken die Herstellungs- und Distributionskosten. Neuartige Angebots- und Organisationsformen für Buchinhalte und deren Verbreitung werden ökonomisch tragfähig. Diese Entwicklungen haben beispielsweise die Musikbranche bereits in vollem Umfang erreicht, wie die öffentliche Diskussion über illegale Downloads und der Erfolg kommerzieller Vertriebsplattformen wie etwa Apple iTunes zeigen. Für Musik sind digitale Inhalte sowie günstige, nutzerfreundliche MP3-Player als Endgeräte vorhanden. Für digitale Bücher sind ähnliche Entwicklungen zu erwarten.

So hat etwa Google im Jahr 2004 damit begonnen, systematisch die Bestände bekannter Bibliotheken einzuscannen und diese im Internet für die Volltextsuche und zur Anzeige bereitzustellen, je nach konkreter urheberrechtlicher Lage in abgestufter Detailtiefe. Neuerdings bietet z.B. www.zeno.org ein sorgfältig editiertes Volltextangebot zahlreicher deutschsprachiger Bücher. Auch auf Hardwareseite sind Fortschritte festzustellen: Lesegeräte für elektronische Bücher sind auf dem Markt verfügbar, die aufgrund einer neuen Displaytechnologie dem Leseempfinden von auf Papier gedruckten Büchern nahe kommen. Anhand dieser beiden Entwicklungen zeigt sich exemplarisch, dass auch der Buchmarkt von mehreren Seiten in Bewegung gebracht wird – das Ausmaß möglicher Veränderungen ist jedoch schwer abzuschätzen.

Um dieses Phänomen näher zu untersuchen, hat das Institut für Information, Organisation und Management der Ludwig-Maximilians-Universität München im Rahmen des vom Bundesministerium für Bildung und Forschung unterstützten interdisziplinären Forschungsprojektes ‚intermedia‘ im Zeitraum Oktober 2006 bis Juni 2007 eine zweistufige

Delphistudie mit 126 bzw. 87 Experten durchgeführt, deren Ergebnisse hier vorgestellt werden.

Bei der durch zahlreiche Fachgespräche vorbereiteten Auswahl der Experten wurde Wert darauf gelegt, alle für die Buchbranche relevanten Bereiche abzudecken. Dies wurde durch eine vorab vorgenommene Kategorisierung der eingeladenen Experten entlang zweier Dimensionen erreicht: die Rolle der Experten im Wertschöpfungsprozess und ihre Zugehörigkeit zu einem bestimmten Branchensegment.

In der endgültigen Expertengruppe antworteten 34 Teilnehmer aus der Perspektive der Verlage, 15 aus der der Forschung und Lehre, zehn aus Sicht der Autoren und je sechs aus Perspektive des Sortimentsbuchhandels und der Beratung. Die restlichen Experten vertreten Verbände (3), den Versandbuchhandel (1) oder sonstige Gruppen (12).

In der zweiten betrachteten Dimension vertreten 33 Teilnehmer den Buchmarkt allgemein, 14 Experten das Branchensegment Belletristik, zwölf das Sachbuch und sieben den Bereich Sozialwissenschaft, Recht und Wirtschaft. Die weiteren Experten stammen aus den Bereichen Kinder- und Jugendbuch (6), Geisteswissenschaften, Kunst und Musik (5), Naturwissenschaften, Medizin, Informatik und Technik (3), Ratgeber (3), Schule und Lernen (3) sowie Reise (1).

Somit entsteht ein umfassender Blick auf die Buchbranche unter bewusster Ausklammerung des Zeitungs- und Zeitschriftenbereichs, der ganz anderen Gegebenheiten unterliegt.

Als Erhebungsmethodik wurde eine zweistufige Delphistudie gewählt. Delphistudien stellen Expertenbefragungen dar, welche nach Rückspiegelung der Zwischenergebnisse an die Befragten wiederholt werden, wodurch die Ergebnisqualität erhöht wird. Aufgrund der räumlichen Verteilung der Experten und der Notwendigkeit, wegen der Vielschichtigkeit der Buchbranche eine für Delphistudien vergleichsweise hohe Anzahl an Experten zu befragen, wurde die Befragung internetgestützt durchgeführt. Zusätzlich konnten hierdurch unerwünschte Interaktionseffekte unter den Fachleuten ausgeschlossen werden.



II. Der Buchmarkt der Zukunft im Überblick

Um einen generellen Überblick über die Lage im Buchmarkt zu gewinnen und die Relevanz der dieser Untersuchung zugrunde liegenden Fragestellungen zu überprüfen, besteht das erste Ziel der Untersuchung in der Ermittlung der bedeutsamsten Veränderungen und Herausforderungen, die der Buchbranche bevorstehen. Zunächst werden die prognostizierten Veränderungen dargestellt, gefolgt von den Herausforderungen.

1. Veränderungen

Um eine Beeinflussung der Experten durch vorgegebene Antwortalternativen zu vermeiden, wurden die Experten in der ersten Befragungsrunde gebeten, die aus ihrer Sicht wichtigsten bevorstehenden Veränderungen im Buchmarkt frei zu nennen. Es ergab sich eine Vielzahl von Prognosen, aus welchen die fünf am häufigsten Genannten in der zweiten Befragung allen Experten vorgelegt wurden. Diese brachten sie gemäß ihrer persönlichen Einschätzung in eine Rangfolge.

Das aus den Mittelwerten der vergebenen Ränge entstandene Ergebnis ist in Abbildung 1 dargestellt.

Somit kommt der steigenden Marktkonzentration im Sortimentsbuchhandel die größte Bedeutung zu, gefolgt von der Verschiebung hin zu elektronischen Erscheinungsformen im Bereich der Sach- und Fachbücher. Auf den Plätzen drei und vier folgen die steigende Marktkonzentration auf Verlagsseite sowie die Verschiebung vom klassischen Sortimentsbuchhandel hin zum Online-Versandbuchhandel. Die inhaltliche Verflachung hin zur Mainstreamliteratur wird von den Experten als weniger bedeutsam eingestuft.

2. Herausforderungen

Korrespondierend zu den Veränderungen wurden die Experten zudem um ihre Einschätzung bezüglich der größten Herausforderungen gebeten, mit denen die Akteure im Buchmarkt in den nächsten zehn Jahren konfrontiert sein werden. Dies geschah in analoger Methodik, auch hier wurden die am häufigsten genannten Herausforderungen in der zweiten Befragung von den Experten in eine Rangfolge gebracht (Abbildung 2):

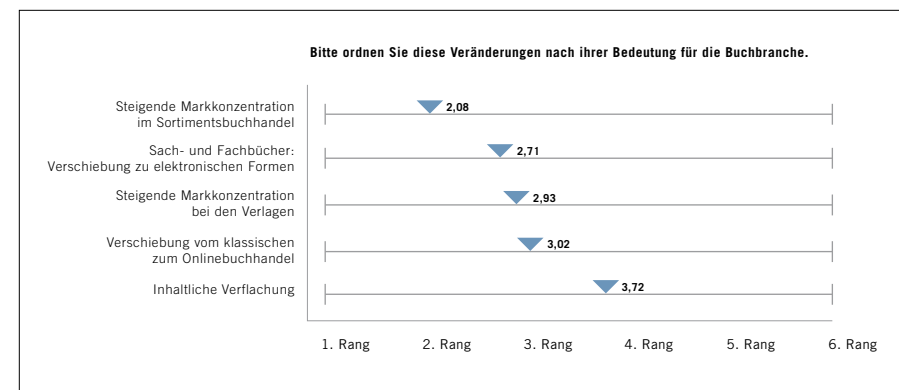


Abbildung 1: Die wichtigsten prognostizierten Veränderungen im Buchmarkt

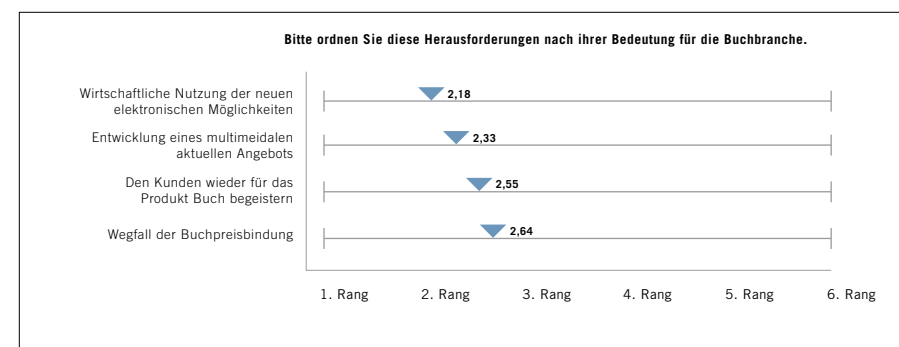


Abbildung 2: Die wichtigsten Herausforderungen für Akteure im Buchmarkt

Die wirtschaftliche Nutzung der neuen elektronischen Möglichkeiten stellt die größte Herausforderung dar, gefolgt von der dazu notwendigen Entwicklung eines multimedialen Angebots. Es folgen die Herausforderungen, den Kunden wieder für Bücher zu begeistern, und der mögliche Wegfall der Buchpreisbindung¹.

¹ Da die Buchpreisbindung (bindende Festlegung des Verkaufspreises im Einzelhandel durch den Verlag) einen Eingriff in den freien Wettbewerb darstellt, wird seit langem deren Abschaffung diskutiert. Der dann entstehende Preiswettbewerb im Handel würde eine Herausforderung für Verlage und Buchhändler bedeuten.

III. Onlineverfügbarkeit von Volltexten: Bedeutung und Potenziale

Durchsuchbare Buchvolltexte im Internet stellen die zunächst greifbarste Innovation im Wertschöpfungssystem der Buchbranche dar. Deswegen wurden die Experten um deren Einschätzung zu diesem Thema gebeten.

1. Bedeutung der Volltextsuche

Das Thema Online-Volltextsuche wurde und wird in einschlägigen Medien kontrovers diskutiert, jedoch ohne klar zu erkennende Tendenz. Daher wurden in der vorliegenden Studie die Gründe für die Bedeutung hinterfragt (Abbildung 3).

Nach Meinung der Experten bietet diese Technologie insbesondere die Chance, den Absatz der lieferbaren, jedoch im Sortimentsbuchhandel

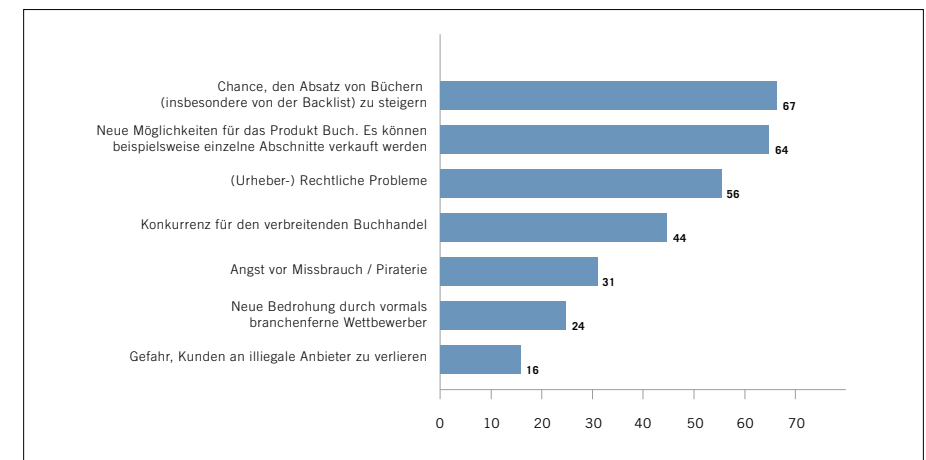


Abbildung 3: Gründe für die Relevanz der Volltextsuche

kaum angebotenen Titel zu steigern und neue Preis- und Angebotsmodelle anbieten zu können. Aus Sicht der Branche negative Folgen wie (urheber-)rechtliche Probleme, Konkurrenz für den klassischen Buchhandel oder Bedrohung durch Piraterie und neue Wettbewerber nennen die Experten deutlich seltener.

Die Online-Volltextsuche wird somit in erster Linie als Chance und nicht als Bedrohung gesehen.

2. Attraktive Zusatzfunktionen

Die Verfügbarkeit von digitalisierten Volltexten ermöglicht die Erbringung von Leistungen, die über die reine Suche hinausgehen. Diese wurden in offener Fragestellung in der ersten Befragungswelle erhoben, die sechs am häufigsten genannten Funktionen wurden wiederum den Experten in der zweiten Runde mit der Bitte um Bewertung vorgelegt. Daraus ergibt sich die in Abbildung 4 wiedergegebene Rangfolge.

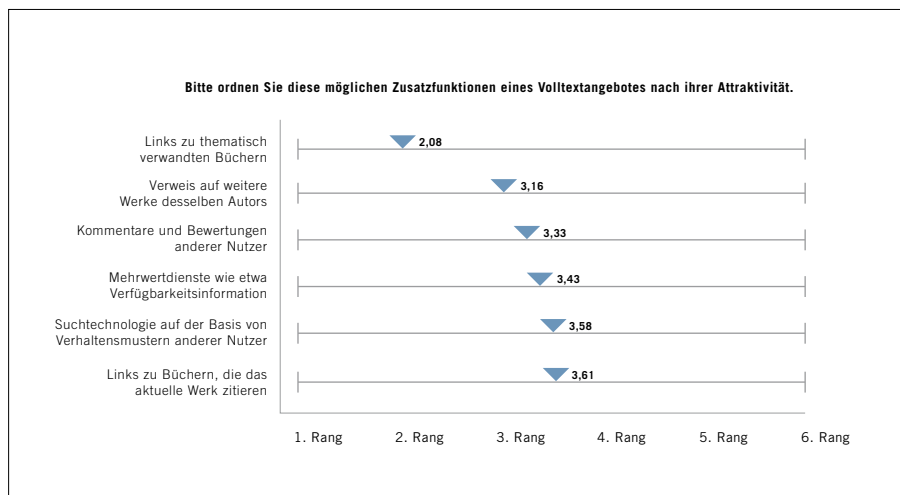


Abbildung 4: Durchschnittliche Ränge der attraktivsten Zusatzfunktionen eines Volltextangebots

Links zu thematisch verwandten Büchern werden als die attraktivste Option gesehen, gefolgt von Verweisen auf weitere Werke des Autors und interaktiven Elementen wie Kommentaren und Bewertungen von Nutzern. Auf den weiteren Plätzen folgen Mehrwertdienste (z.B. Verfügbarkeitsinformation), Empfehlungssysteme auf der Basis des Verhaltens anderer Nutzer sowie Links zu Büchern, die das betrachtete Werk zitieren.

3. Onlinezugriff auf Volltexte aus Sicht der Nutzer und der Rechteinhaber

Ein attraktives Volltextangebot zeichnet sich somit durch umfassende Verlinkung und die Integration von Nutzerbeiträgen aus.

Die digitale Verfügbarkeit von Volltexten legt nahe, neben der reinen Suche auch die Nutzung der vorliegenden Buchinhalte anzubieten. Diese werden im Folgenden aus der Perspektive des Lesers sowie des Rechteinhabers bewertet, wodurch ein Vergleich zwischen den Anforderungen der Kunden und dem zu erwartenden Angebot möglich ist.

Sowohl aus Nutzer- wie auch aus Anbietersicht ist der Verkauf von elektronischen Büchern als E-Book die attraktivste Anwendung, die aus der Verfügbarkeit von Volltexten hervorgeht. Auch eine kostenpflichtige Onlinenutzung sowie die Verbindung zwischen Online- und Offlinewelt, der Verkauf von gedruckten Büchern (auch als Book on Demand) wird als attraktiv bewertet. Der durch die Nutzung in elektro-



nischer Form ermöglichte Verkauf von Buchteilen wird ebenfalls von beiden Seiten gut bewertet.

Als für beide Seiten uninteressant wird jedoch die Option gesehen, Bücher unter Unterbindung von Druck- und Speicherfunktionen komplett online einsehbar zu machen.

Für die reine Suchleistung, die sich nur auf Ausschnitte um die Fundstelle oder auf kleine Teile des Werkes beschränkt, besteht keine Zahlungsbereitschaft.

Befragt man die Experten darüber hinaus nach den Eigenschaften, die ein Volltextangebot aufweisen sollte, damit die Nutzer bereit sind, den Dienst auch kostenpflichtig zu nutzen, ergibt sich das folgende Bild: Für die Internetnutzer besteht eine hohe Hemmschwelle, für Internetdienste überhaupt zu bezahlen. Deswegen muss das Angebot von hoher Umsetzungsqualität sein, ein vollständiges Angebotsspektrum umfassen und insbesondere eine dauerhafte Nutzbarkeit der erworbenen Inhalte erlauben – zu einem Preis, der deutlich unter dem Ladenpreis liegt.



IV. E-Book – eine Bedrohung und wenn ja, für wen?

Die Buchbranche ist nicht über alle Warengruppen hinweg gleich stark von den Effekten der Digitalisierung betroffen, wie aus Abbildung 5 hervorgeht.

Vielmehr zeichnet sich zum derzeitigen Zeitpunkt und technischen Entwicklungsstand ein deutlicher Trend ab, der die wissenschaftliche Nutzung möglichst aktueller Sachinformationen klar an die Spitze der zur elektronischen Publikation geeigneten Warengruppen setzt. Fast genauso gut geeignet sind nach Auffassung der Experten die Warengruppen Schule und Lernen sowie Ratgeber. Reiseliteratur und Sachbücher sind von mittlerer Eignung. Derzeit eher ungeeignet sind Bücher aus dem Bereich Geisteswissenschaften, Kunst und Musik sowie Belletristik und Kinder- und Jugendbücher.

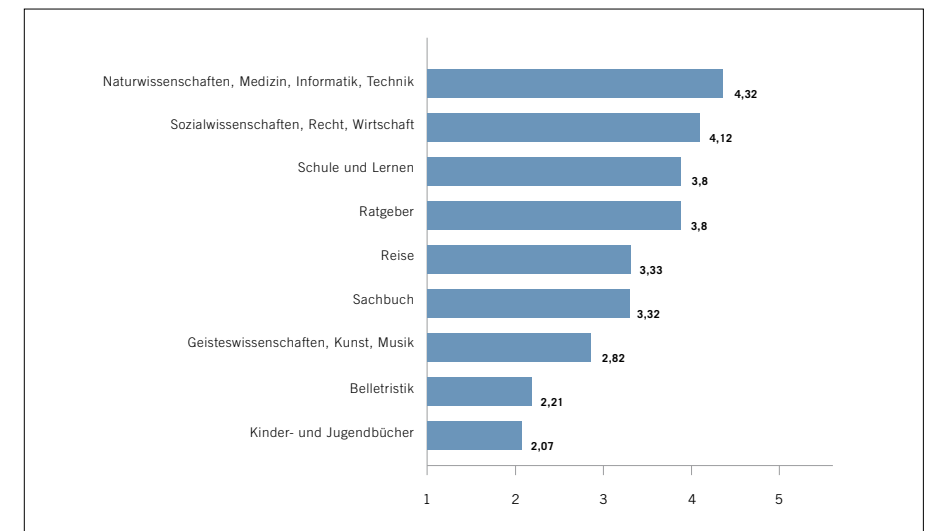


Abbildung 5: Eignung der Warengruppen zur Publikation als elektronisches Buch

V. Veränderungen der Wertschöpfungsstruktur

Eine zentrale Fragestellung der vorliegenden Studie besteht darin, inwiefern die voranschreitende Digitalisierung und die steigende Bedeutung des Internets zu Veränderungen in der Wertschöpfungsstruktur der Buchbranche führen.

Hierzu wurde im Vorfeld der Untersuchung auf der Basis gängiger Medienwertschöpfungsketten sowie aktueller Intermediationskonzepte eine ausdifferenzierte Wertschöpfungskette für den Buchmarkt konzipiert und überprüft. Sie umfasst insgesamt 14 Wertschöpfungsaktivitäten, die teilweise auch begleitend oder parallel durchgeführt werden können:

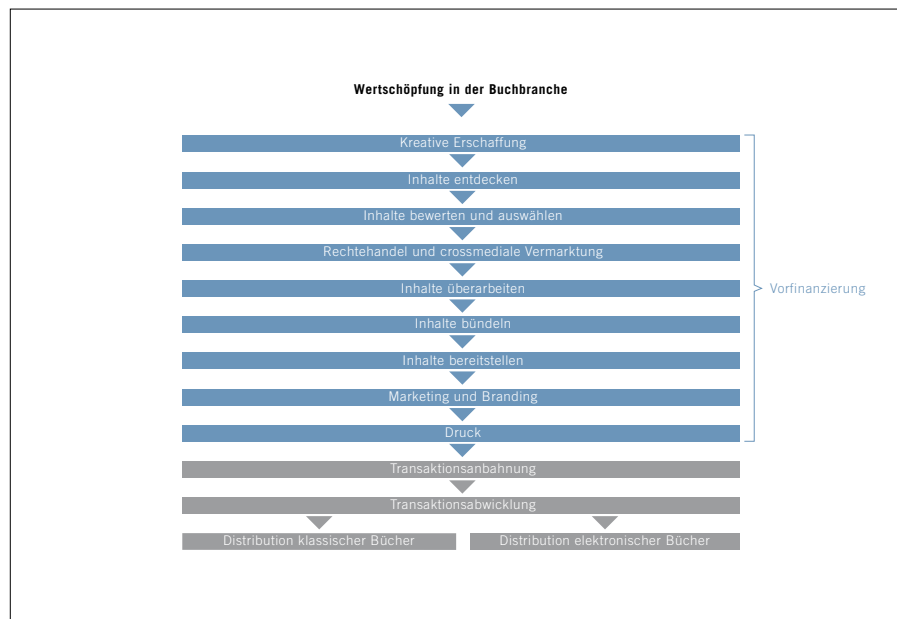


Abbildung 6: Ausdifferenzierte Wertschöpfungskette für den Buchmarkt

Die Veränderungen in der Struktur der Buchbranche werden insbesondere daraus deutlich, wenn einzelne Wertschöpfungsaktivitäten in Zukunft durch andere Akteure (z.B. Verlage, Onlinebuchhändler) durchgeführt werden als heute.

Um diese Fragestellung beantworten zu können, wurden in der ersten Erhebungsrunde die Experten gebeten, die drei Akteursgruppen auszuwählen, welche sie auf Grundlage ihrer Expertise am besten beurteilen können. Die Befragten haben diese Akteure hinsichtlich ihrer heutigen und zukünftigen Eignung zur Erfüllung aller in Betracht gezogenen Wertschöpfungsaktivitäten auf einer fünf Punkte umfassenden Likertskala² bewertet.

Diese Einschätzung wurde in der zweiten Runde durch alle Experten überprüft, wobei den Experten jeweils nur die drei Akteure vorgelegt wurden, welchen in der ersten Runde die beste Eignung zur Durchführung der jeweiligen Wertschöpfungsaktivität bescheinigt wurde. Diese drei Akteure wurden von den Befragten entsprechend ihrer Eignung in eine Rangfolge gebracht.

Darüber hinaus hatten die Experten die Möglichkeit, eine Rangliste aus allen insgesamt betrachteten Akteuren frei zu erstellen, sofern sie mit der Auswahl der besten drei nicht einverstanden waren. Jedoch war hier in der Auswertung der wenigen diesbezüglichen Antworten kein konsistentes Bild erkennbar, was für die Validität der getroffenen Auswahl spricht.

Ebenso ist untersucht worden, ob sich die Lage in den einzelnen durch Warengruppen definierten Branchensegmenten unterscheidet. Diese Option wurde von den Experten nur sehr selten wahrgenommen, und in den Aussagen ließ sich ebenfalls kein einheitliches Bild erkennen. Somit liegt die Vermutung nahe, dass strukturell die Änderungen in allen Marktsegmenten ähnlich ausfallen werden und Unterschiede eher in

² dient zur Messung persönlicher Einstellungen

Geschwindigkeit und Ausmaß bestehen. Dieser Aspekt ließ sich aber in unserer Untersuchung nicht genauer spezifizieren.

In den Abbildungen 7 und 8 sind die ermittelten Eignungen der Akteure zur Durchführung der jeweiligen Aktivität heute und in Zukunft dargestellt. Sie werden im Folgenden erläutert.

| | Heute | In 10 Jahren |
|---|---|---|
| Kreative Erschaffung von Buchinhalten | 1. Autoren 2. Verlage 3. Weblogs | 1. Autoren 2. Verlage 3. Weblogs |
| Entdeckung von Buchinhalten / Trendscouting | 1. Verlage 2. Autoren 3. Weblogs | 1. Verlage 2. Weblogs 3. Autoren 4. Internetbuchhandel |
| Bewertung und Auswahl von Buchinhalten | 1. Verlage 2. Internetbuchhandel 3. Weblogs | 1. Verlage 2. Autoren 3. Klassischer Buchhandel |
| Rechtehandel und crossmediale Verwertung | 1. Verlage 2. Soft- und Hardwarehersteller 3. Weblogs | 1. Verlage 2. Soft- und Hardwarehersteller 3. Weblogs |
| Überarbeitung und Verbesserung von Buchinhalten | 1. Verlage 2. Autoren 3. Weblogs | 1. Verlage 2. Autoren 3. Weblogs |
| Bündelung der Inhalte zum (druck-)fertigen Buch | 1. Verlage 2. Autoren 3. Soft- und Hardwarehersteller | 1. Verlage 2. Autoren 3. Druckdienstleister |
| Bereitstellung der fertigen Bücher in einer elektronischen Datenbank | 1. Internet-Suchmaschinen 2. Internet-Buchhandel 3. Weblogs | 1. Soft- und Hardwarehersteller 2. Verlage 3. Druckdienstleister |

Abbildung 7: Wertschöpfungsstufen im Buchmarkt und die jeweils am besten geeigneten Akteure heute sowie in zehn Jahren (Teil 1)

Kreative Erschaffung von Buchinhalten

Am Anfang der Wertschöpfung steht die originäre kreative Erschaffung von Inhalten. Diese werden heute durch Autoren und Verlage erstellt, mit einem untergeordneten Einfluss von Literatur-Weblogs. Hier ist keine nennenswerte Veränderung zu erwarten.

Entdeckung von Buchinhalten

Bei der Entdeckung von Buchinhalten nehmen derzeit die Verlage eine unangefochtene Spitzenposition ein, die sie nach Meinung der befragten Experten auch in Zukunft behalten werden. Wirft man jedoch den Blick auf den zweiten und dritten Platz, so ist festzustellen, dass Literatur-Weblogs und entsprechende Internetportale an Einfluss zunehmen. Sie verdrängen Autoren perspektivisch vom zweiten Platz.

| | Heute | In 10 Jahren |
|--|--|---|
| Erzeugung von Aufmerksamkeit durch Marketing und Branding | 1. Verlage 2. Internet-Buchhandel 3. Internet-Suchmaschinen 4. Weblogs | 1. Internet-Buchhandel 2. Verlage 3. Klassischer Buchhandel |
| Vorfinanzierung der gesamten Herstellung | 1. Verlage 2. Druckdienstleister 3. Autoren | 1. Verlage 2. Druckdienstleister 3. Autoren |
| Produktion von Büchern in Papierform | 1. Verlage 2. Druckdienstleister 3. Autoren | 1. Verlage 2. Druckdienstleister 3. Autoren |
| Transaktionsanbahnung | 1. Klassischer Buchhandel 2. Internet-Buchhandel 3. Verlage | 1. Internet-Buchhandel 2. Internet-Suchmaschinen 3. Klassischer Buchhandel |
| Abwicklung der Transaktion | 1. Klassischer Buchhandel 2. Internet-Buchhandel 3. Verlage | 1. Internet-Buchhandel 2. Klassischer Buchhandel 3. Soft- und Hardwarehersteller |
| Vertrieb von klassischen Büchern | 1. Klassischer Buchhandel 2. Internet-Buchhandel 3. Verlage | 1. Internet-Buchhandel 2. Klassischer Buchhandel 3. Verlage |
| Vertrieb von elektronischen Büchern | 1. Internet-Buchhandel 2. Internet-Suchmaschinen 3. Verlage 4. Soft- und Hardwarehersteller | 1. Internet-Buchhandel 2. Internet-Suchmaschinen 3. Verlage 4. Weblogs |

Abbildung 8: Wertschöpfungsstufen im Buchmarkt und die jeweils am besten geeigneten Akteure heute sowie in zehn Jahren (Teil 2)

Bewertung und Auswahl von Buchinhalten

Die Bewertung und Selektion möglicher Inhalte für ein Buchprojekt bleibt fest in der Hand der Verlage, mit Abstand folgen jedoch in Zukunft Autoren, die diese Aufgabe mit übernehmen.

Rechtehandel und crossmediale Verwertung

Zum Rechtehandel sowie zur Vermarktung über verschiedene Medien hinweg sind nach Meinung der Experten Verlage heute wie in Zukunft am besten geeignet. Auf dem zweiten Platz folgen heute wie auch in zehn Jahren die Hersteller innovativer Soft- und Hardwareprodukte, Weblogs belegen den dritten Platz.

Überarbeitung und Verbesserung von Buchinhalten

Auch bei der Überarbeitung und Verbesserung von Buchinhalten bleiben Verlage die am besten geeignete Akteursgruppe, die Experten prognostizieren jedoch einen leichten Rückgang dieser Dominanz insbesondere zugunsten der Weblogs.

Bündelung der Inhalte zum (druck-)fertigen Buch

Auch in dieser Wertschöpfungsstufe verteidigen die Verlage ihre dominante Stellung, wobei eine leichte Verlagerung zu Autoren und Druckdienstleistern gesehen wird, die von den Experten im Durchschnitt fast gleich stark auf den zweiten und dritten Rang gesetzt werden.

Bereitstellung der Bücher in einer elektronischen Datenbank

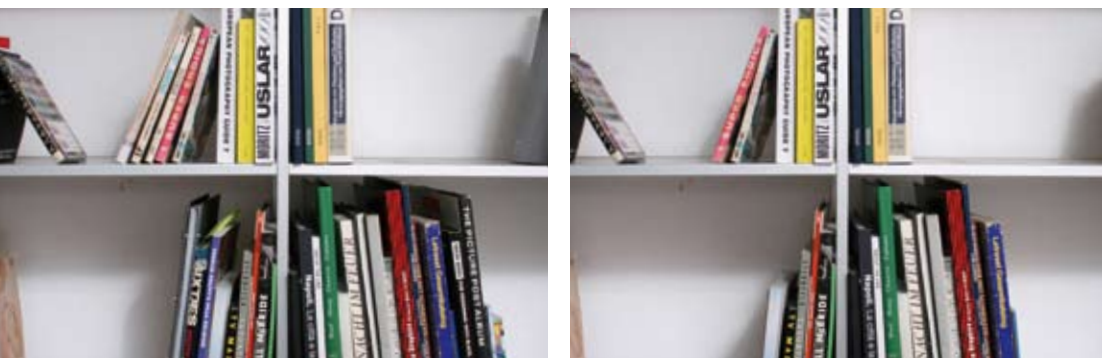
Da elektronischen Volltextdaten in Anbetracht der Volltextsuche und den in diesem Zusammenhang diskutierten Mehrwertdiensten in Zukunft eine wesentliche Rolle zukommen wird, wurde im Rahmen der vorliegenden Studie die Bereitstellung der Bücher in einer elektronischen Datenbank als eigene Wertschöpfungsstufe erfasst und untersucht.

Die Relevanz dieser Aktivität wird bei der Betrachtung der Ergebnisse deutlich, da hier massive Änderungen prognostiziert werden. Die Akteure, die derzeit diese Wertschöpfungsfunktion ausführen (Internet-Suchmaschinen gefolgt vom Internetbuchhandel und Weblogs) werden nach Meinung der Experten von Soft- und Hardwareherstellern und fast gleichauf von Verlagen verdrängt. Druckdienstleister nehmen in Zukunft die dritte Position ein.

Dieses Ergebnis zeigt, dass ein Kampf um die Besetzung dieser Wertschöpfungsstufe entbrannt ist, in welchem sich Akteure aus drei ehemals getrennten Branchen gegenüberstehen. Die Akteure der Buchbranche haben das Problem erkannt und sind zuversichtlich, in Zukunft diese Rolle übernehmen zu können. Jedoch ist diese Einschätzung wegen der Nähe der meisten befragten Experten zum aktuellen Buchmarkt überprüfungsbedürftig. Daher wurde in der zweiten Befragungsrunde von allen Verlagsvertretern ergänzend erhoben, ob schon konkrete Investitionen in eigene oder gemeinschaftliche Projekte mit entsprechender Zielsetzung vorgenommen wurden oder konkret geplant sind. Dies haben nur etwa die Hälfte aller Experten positiv beantwortet, was die für die Verlage positive Zukunftsprognose etwas zweifelhaft erscheinen lässt.

Erzeugung von Aufmerksamkeit durch Marketing und Branding

Für die Erzeugung von Aufmerksamkeit, also insbesondere Marketingmaßnahmen, sind nach Einschätzung der Experten in zehn Jahren Internetbuchhändler die geeignetste Akteursgruppe, knapp gefolgt von den derzeit noch führenden Verlagen.



Vorfinanzierung der gesamten Herstellung

Für die Vorfinanzierung sind und bleiben die Verlage die zentralen Akteure, wobei leichte Verschiebungen zu Druckereien und Autoren prognostiziert werden, welche heute wie auch in zehn Jahren die Plätze zwei und drei einnehmen.

Produktion von Büchern in Papierform

Der Druck von Büchern wird heute wie in Zukunft primär von Verlagen, gefolgt von Druckdienstleistern, durchgeführt.

Transaktionsanbahnung

Die Anbahnung von Buchverkäufen (= Transaktionen), die heute in erster Linie in klassischen Sortimentsbuchhandlungen stattfindet, verlagert sich in Zukunft in das Internet: Internetbuchhändler, gefolgt von Internetsuchmaschinen sind nach Meinung der Experten die Akteure, die am besten dazu geeignet sind, Käufer und Verkäufer zusammenzubringen. Der klassische Buchhandel belegt mit deutlichem Abstand nur noch Platz drei.

Abwicklung der Transaktion

Auch für die Abwicklung der Transaktion sind Internetbuchhändler in Zukunft besser geeignet als der klassische Buchhandel.

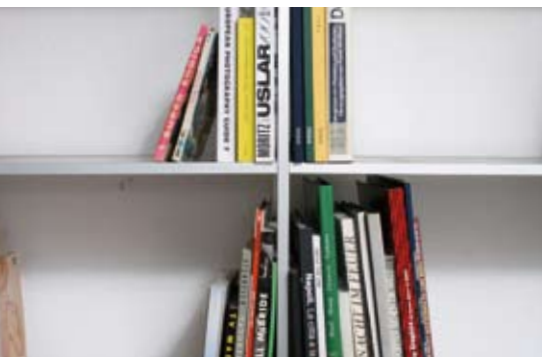
Vertrieb von klassischen Büchern

Die Verschiebung bei der Transaktionsabwicklung hin zum Onlinebuchhandel spiegelt sich auch in der Distribution von klassischen Büchern wider. Hier fällt der Präsenzbuchhandel ebenfalls hinter den Onlinebuchhandel zurück.

Vertrieb von elektronischen Büchern

Für den Vertrieb elektronischer Bücher schätzen die Experten für heute wie auch in zehn Jahren den Internetbuchhandel sowie Internetsuchmaschinen als am besten geeignet ein, mit größerem Abstand folgen Verlage.

Zusammenfassend ist festzustellen, dass technologische Innovationen wie Digitalisierung und Vernetzung die Struktur der Buchbranche insbesondere im Bereich der Anbahnung, des Kaufs und der Distribution von elektronischen wie herkömmlichen Büchern verändern: Hier findet eine Verlagerung hin zu internetbasierten Diensten statt, die für diese Aktivitäten nach Expertenmeinung besser geeignet sind.



VI. Auswirkungen auf Erlösstrukturen

Neben der Besetzung der Wertschöpfungsstrukturen durch die möglichen Akteursgruppen sind auch die Erlösstrukturen innerhalb des Wertschöpfungssystems Buchmarkt Veränderungen unterworfen.

1. Umsatzverteilung auf die verschiedenen Vertriebswege

Zunächst betrachten wir die prognostizierte Zusammensetzung des beim Endkunden erzielten Umsatzes, wie er in Tabelle 1 dargestellt ist. Hier zeigt sich zunächst, dass der Sortimentsbuchhandel in zehn Jahren bei etwa 39 Prozent gesehen wird und immer noch die stärkste Kraft darstellt. Vergleicht man diese Umsatzwerte jedoch mit den aktuellen Marktzahlen, so ergibt sich ein Verlust von über 15 Prozentpunkten, was einem Umsatzrückgang von etwa 28 Prozent entspricht. Am stärksten wächst nach Prognose der Experten der Onlinebuchhandel, der 12 Prozentpunkte gewinnt und 19 Prozent Marktanteil erreicht (Abbildung 9).

Auch der Direktvertrieb von Verlagen gewinnt knapp 3 Prozentpunkte, was einer Steigerung von etwa 16 Prozent entspricht. Die restlichen Vertriebswege sehen die Experten im Wesentlichen unverändert.

Insgesamt wachsen somit der Onlinebuchhandel und der Direktvertrieb von Verlagen auf Kosten des Sortimentsbuchhandels.

2. Veränderungen in der Erlöszusammensetzung

Vertieft man die Analyse der Erlöszusammensetzung auf Ebene der einzelnen Bücher, so lassen sich ebenfalls interessante Trends für die Situation im Jahr 2017 aufzeigen. Hierbei ist eine Unterscheidung zwischen klassischen und elektronischen Büchern erforderlich.

Bei klassischen, gedruckten Büchern stellt der normale Verkaufserlös mit fast 70 Prozent die stärkste Einnahmequelle dar, jedoch werden an-

| | 2005 | Prognose 2017 |
|---------------------------|-------|---------------|
| Sortimentsbuchhandel | 54,8% | 39,2% |
| Verlage direkt | 17,6% | 20,4% |
| Online-Versandbuchhandel | 6,9% | 19,0% |
| Sonstige Verkaufsstellen | 8,9% | 9,5% |
| Warenhäuser | 4,3% | 4,5% |
| Offline-Versandbuchhandel | 4,3% | 4,2% |
| Buchgemeinschaften | 3,2% | 3,0% |

Tabelle 1: Umsatzverteilung auf die verschiedenen Vertriebswege 2005 und Expertenprognose für 2017

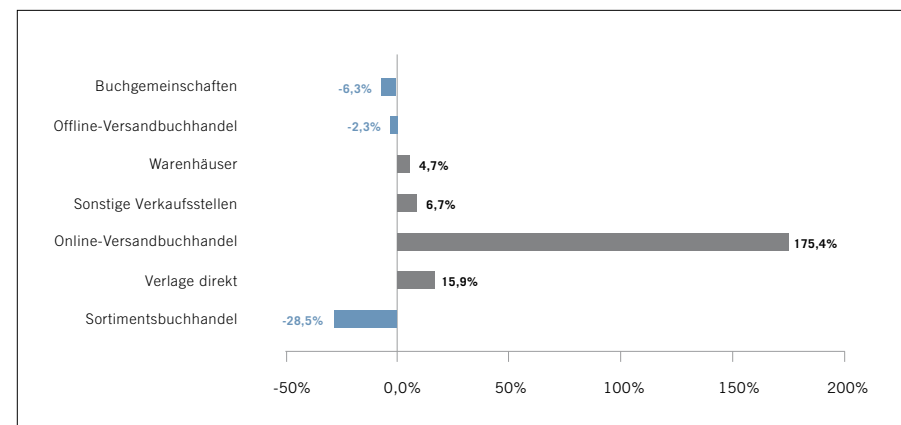


Abbildung 9: Relative Veränderungsrate zwischen der Umsatzverteilung im Jahr 2005 und der Prognose für 2017

3 Quelle: Börsenverein des Deutschen Buchhandels (2007), Branchenmonitor Buch Mai 2007

dere Einnahmequellen wie Werbung, Pauschalpreismodelle oder Provisionen wichtiger. Sie werden bei je ca. 10 Prozent gesehen.

Die Situation bei elektronischen Büchern ist weitaus offener: Hier werden nach Expertenprognose nur noch ca. 40 Prozent durch den herkömmlichen Verkaufserlös erzielt. Der nur bei elektronischen Büchern sinnvolle Verkauf von Buchteilen wird mit 20 Prozent die zweitgrößte Einnahmekomponente. Werbung, Pauschalpreismodelle oder Provisionen werden, verglichen mit herkömmlichen Büchern, im größeren Ausmaß wahrgenommen.

3. Preisgestaltung von elektronischen Büchern

Im Gegensatz zu gedruckten Büchern sind bei elektronischen Büchern viele verschiedene Versionen denkbar, die sich durch unterschiedliche Nutzbarkeit abgrenzen und durch ein unterschiedlich restriktiv gestaltetes Digital Rights Management System umgesetzt werden können.

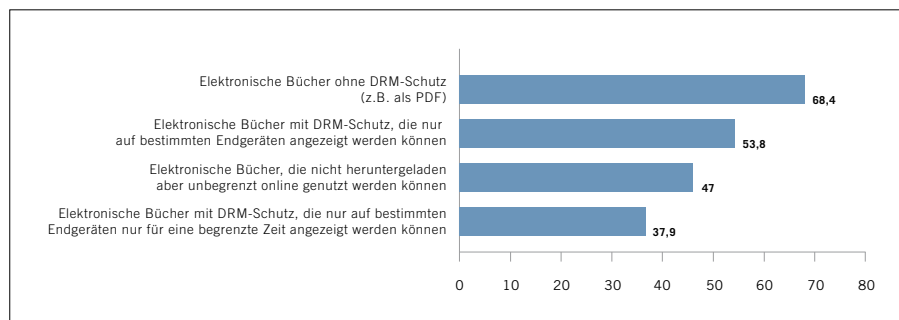


Abbildung 10: Für Leser und Buchbranche attraktive Preisgestaltung von elektronischen Büchern (Skala: optimaler Preisansatz für die verschiedenen Varianten elektronischer Bücher in Prozent der günstigsten Printversion)

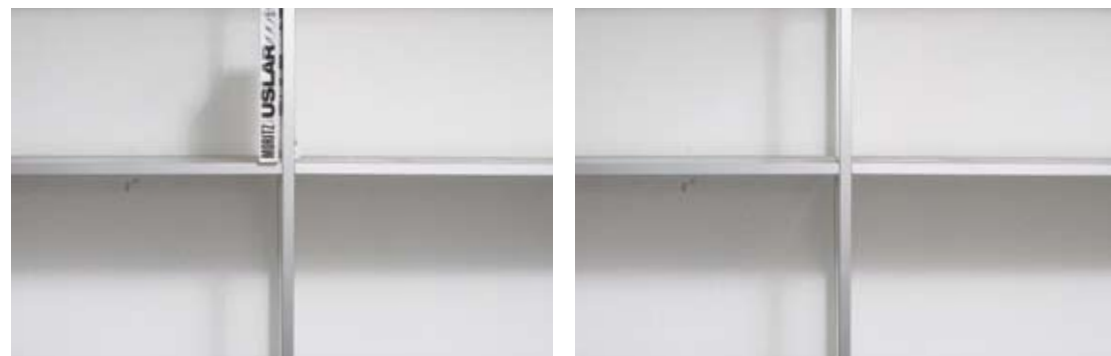
Hierbei stellt sich jedoch die Frage, mit welchem Preis ein in der Nutzbarkeit eingeschränktes Buch versehen werden sollte, damit es für den Kunden attraktiv erscheint. Als Vergleichsgröße wurde mit dem Preis der günstigsten zur Verfügung stehenden Printversion ein vom kon-

kreten elektronischen Buch unabhängiger Wert gewählt; die Einschätzungen stellen Prozente dieser Bezugsgröße dar. Die Ergebnisse sind in der vorstehenden Abbildung 10 dargestellt.

Nach Meinung der Experten dürfen in der Nutzung nicht eingeschränkte elektronische Bücher nur knapp 70 Prozent des Preises eines Printexemplars kosten, damit sie vom Leser als attraktiv wahrgenommen werden. Offensichtlich spielt der materielle Wert des gedruckten Exemplars eine wichtige Rolle in der Wertschätzung des Konsumenten. Der als angemessen empfundene Preisansatz sinkt mit wachsender Einschränkung der Rechte des Nutzers.

Sobald die digitalen Bücher nur auf bestimmten Endgeräten angezeigt werden können, sehen die Experten den Preis bei gut der Hälfte der günstigsten Printversion. Bei einer reinen Onlinenutzung sinkt dieser Wert auf unter 50 Prozent. Sobald die Nutzung zeitlich eingeschränkt wird, sind nur noch knapp 40 Prozent des gedruckten Pendants zu erwarten.

Somit wird auch hier die hohe Bedeutung eines möglichst physischen, in jedem Falle jedoch dauerhaften Besitzes von Buchprodukten deutlich.



VII. Zusammenfassung und Ausblick

Wie die Ergebnisse der Delphistudie zeigen, stellen die durch das Internet entstandenen Möglichkeiten keine Bedrohung für die Buchbranche als Ganzes dar, sondern eine erhebliche Herausforderung und zum Teil sogar eine Chance.

Eine Herausforderung besteht insbesondere für die Wertschöpfungsaktivitäten, die der erstmaligen Herstellung eines Buches folgen: die elektronische Bereitstellung der fertigen Bücher sowie Anbahnung und Vertrieb gedruckter wie elektronischer Bücher. Die prognostizierte starke Umsatzverlagerung vom Sortiments- zum Onlinebuchhandel zwingt die Sortimenter zu neuen, integrativen Konzepten der Kundenansprache.

Eine Chance liegt einerseits darin, durch die im Internet unbegrenzte Verkaufsfläche auch weniger nachgefragte Werke bereitzustellen und in höherer Stückzahl zu verkaufen. Andererseits lassen sich durch elektronische Buchausgaben mit neuen Erlösmodellen bisher unerschlossene Zahlungsbereitschaften erschließen.

Die Digitalisierung betrifft nicht alle Warengruppen der Buchbranche im gleichen Maße, fordert jedoch in den betroffenen Segmenten ein radikales Umdenken, da die klassischen Preis- und Refinanzierungsmodelle nicht mehr funktionieren.

In welchem Ausmaß und in welcher Geschwindigkeit die beschriebenen Trends wirksam werden, hängt von vielen Faktoren ab, insbesondere dem Leser und seinen Gewohnheiten. Die Ergebnisse der Untersuchung weisen jedoch auf die grundsätzlichen Veränderungsbereiche hin. Die dargestellten Trends zeigen die Richtung auf, in die sich die Branche entwickeln wird, und bieten somit den Marktteilnehmern Hilfestellung für die Erarbeitung ihrer Strategien.

Weiterführende Literatur

Häder, M. (2002): Delphi-Befragungen, Wiesbaden (Westdeutscher Verlag).

Hess, T./Wigand, R. T./Mann, F. von Walter, B. (2007): Open Access & Science Publishing, in: Management Reports of the Institute for Information Systems and New Media, München (LMU München).

Hess, T. (Hrsg., 2007): Ubiquität, Interaktivität, Konvergenz und die Medienbranche, Göttingen (Universitätsverlag Göttingen).

Lang, N. (2000): Die Zukunft der Buchbranche in der Informations- und Wissensgesellschaft: eine Delphi-Studie, Berlin (IBA, International Media & Book Agency).

Schumann, M./Hess, T. (2005): Grundfragen der Medienwirtschaft, Berlin u. a. (Springer).

Titel, V. (2006): Digitaler Buchmarkt. Konzepte und Strategien für Branche und Wissenschaft, in: Keiderling, T./Weyrauch, E. (Hrsg.): Buch-Stätte - Geschichte und Perspektiven der Leipziger Buchwissenschaft, Erlangen (filos), S. 117-133.

Wirtz, B. W. (2005): Medien- und Internetmanagement, Wiesbaden (Gabler).

Zerdick, A./Picot, A./Schrape, K. (2001): Die Internet-Ökonomie, Berlin u. a. (Springer).

Zerdick, A./Picot, A./Schrape, K. et al. (2003): E-Merging Media: Kommunikation und Medienwirtschaft der Zukunft, Berlin u. a. (Springer).

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Die wichtigsten prognostizierten Veränderungen im Buchmarkt S. 11

Abbildung 2: Die wichtigsten Herausforderungen für Akteure im Buchmarkt S. 11

Abbildung 3: Gründe für die Relevanz der Volltextsuche S. 13

Abbildung 4: Durchschnittliche Ränge der attraktivsten Zusatzfunktionen eines Volltextangebots S. 14

Abbildung 5: Eignung der Warengruppen zur Publikation als elektronisches Buch S. 17

Abbildung 6: Ausdifferenzierte Wertschöpfungskette für den Buchmarkt S. 18

Abbildung 7: Wertschöpfungsstufen im Buchmarkt und die jeweils am besten geeigneten Akteure heute sowie in zehn Jahren (Teil 1) S. 20

Abbildung 8: Wertschöpfungsstufen im Buchmarkt und die jeweils am besten geeigneten Akteure heute sowie in zehn Jahren (Teil 2) S. 21

Abbildung 9: relative Veränderungsdaten zwischen der Umsatzverteilung im Jahr 2005 und der Prognose für 2017 S. 27

Abbildung 10: Für Leser und Buchbranche attraktive Preisgestaltung von elektronischen Büchern S. 28

Tabelle 1: Umsatzverteilung auf die verschiedenen Vertriebswege 2005 und Expertenprognose für 2017 S. 27

Die Autoren

Prof. Dr. Dres. h.c. Arnold Picot ist Vorstand des Instituts für Information, Organisation und Management in der Fakultät für Betriebswirtschaft der Ludwig-Maximilians-Universität München. Seine Forschungsgebiete umfassen unter anderem Organisationstheorie, Information und Kommunikation, Telekommunikation und deren Regulierung sowie Internet und neue Medien.

Dipl.-Kfm. Christoph Janello ist wissenschaftlicher Mitarbeiter und Doktorand am Institut für Information, Organisation und Management. Sein Forschungsschwerpunkt liegt in der internetinduzierten Veränderung der Wertschöpfungsstrukturen in der Medienindustrie.

Beide sind Mitglieder im interdisziplinären Zentrum für Internetforschung und Medienintegration (ZIM) der Ludwig-Maximilians-Universität München, dessen Zielsetzung in der Erforschung und Entwicklung neuer Technologien im Bereich der digitalen Medien und des Internets für Individuen, Organisationen, Branchen sowie Wirtschaft und Gesellschaft insgesamt liegt.

Institut für Information, Organisation und Management
Munich School of Management
Ludwig-Maximilians-Universität München
Ludwigstraße 28
D-80539 München
Tel. +49 89 2180-2252
picot@lmu.de | janello@lmu.de
www.iom.bwl.lmu.de

Die Studie entstand im Rahmen des vom Zentrum für Internetforschung und Medienintegration (www.zim.lmu.de) getragenen interdisziplinären Forschungsprojektes ‚intermedia‘ mit Unterstützung durch das Bundesministerium für Bildung und Forschung.

In dieser Reihe bereits erschienen

- 01 YouTube, Clipfish und das Ende des Fernsehens?
Problemfelder und Nutzung von Videoportalen**
Marcel Machill & Martin Zenke (2007)

Demnächst in dieser Reihe

- 03 Wer beeinflusst die Auswahl der TV-Programme?
Strukturanalyse von Kabelbelegung und Programmnavigatoren**
Marcel Machill & Markus Beiler

„DER SEIT JAHRHUNDERTEN STRUKTURELL NAHEZU UNVERÄNDERTE BUCHMARKT IST ZUM ERSTEN MAL IN SEINER GESCHICHTE BEDROHT: NEUE TECHNOLOGIEN SENKEN DIE HERSTELLUNGS- UND DISTRIBUTIONSKOSTEN. NEUARTIGE ANGEBOTS- UND ORGANISATIONSFORMEN FÜR BUCHINHALTE UND DEREN VERBREITUNG WERDEN ÖKONOMISCH TRAGFÄHIG. DIE DIGITALISIERUNG BETRIFFT NICHT ALLE WARENGRUPPEN DER BUCHBRANCHE IM GLEICHEN MASSE, FORDERT JEDOCH IN DEN BETROFFENEN SEGMENTEN EIN RADIKALES UMDENKEN, DA DIE KLASSISCHEN PREIS- UND REFINANZIERUNGSMODELLE NICHT MEHR FUNKTIONIEREN.“

Arnold Picot & Christoph Janello