

03.11. 2020

Aktuelle Studie zeigt: eBooks und Audiobooks werden in der Schweiz immer beliebter

Von PPS

Zusätzliche Features bei eBooks und Audiobooks erhöhen die Akzeptanz der Konsumenten für digitale Inhalte und damit auch ihre Zahlungsbereitschaft. Ebenso verlagert sich der Kauf mehr ins Digitale - mit neuen Chancen für den eCommerce.

(Köln)(PPS) 38 Prozent der Konsumenten in der Schweiz lesen ausschließlich gedruckte Bücher. Das Interesse an digitalen Formaten ist allerdings vorhanden: 27 Prozent sind bereits sogenannte „Multiformat-Nutzer“, konsumieren also sowohl Printmedien als auch eBooks und Audiobooks. 15 Prozent favorisieren die Kombi „Print + eBook“, 13 Prozent „Print + Audiobook“. Lediglich vier Prozent nutzen ausschließlich eBooks, und ein Prozent hört ausschließlich Audiobooks. Das ergibt die aktuelle Studie* „Digitales Lesen auf dem Vormarsch“ der globalen Strategie- und Marketingberatung Simon-Kucher & Partners unter rund 760 Konsumenten in der Schweiz.

Dabei zeigt sich, dass digitale Inhalte vor allem in der Altersgruppe 25-34 Jahre beliebt sind: 44 Prozent geben an, in den vergangenen sechs Monaten eBooks gelesen zu haben (im Vergleich: Altersgruppe 18-24 Jahre: 27 Prozent; Altersgruppe 65+: 23 Prozent), und 48 Prozent haben Audiobooks genutzt (Altersgruppe 18-24 Jahre: 39 Prozent; Altersgruppe 65+: sechs Prozent). „Hier werden generationenbedingte Unterschiede sehr deutlich“, sagt Lisa Jäger, Medienexpertin und Partnerin bei Simon-Kucher. „Zwar sind Jüngere generell eher digital-affin als Ältere. Der starke Fokus auf Audiobooks bei den 18- bis 24-Jährigen zeigt uns

allerdings auch, dass sich die Art, Inhalte zu konsumieren, verschiebt: Wer Audiobooks hört, kann gleichzeitig unterwegs sein, hat die Hände frei, ist quasi freier und mobiler.“

Das spiegelt sich auch in der Priorisierung der Kaufkriterien für eBooks und Audiobooks wider: Als kaufentscheidend geben Konsumenten die große Auswahl digitaler Medien und die Einfachheit/den Komfort beim Kauf sowie bei der Nutzung (zum Beispiel auf Reisen) an.

Zusätzliche Features bei digitalen Angeboten beliebt

Die digitalen Formate bieten zusätzliche Features und damit Mehrwert für die Leser bzw. Hörer, zum Beispiel die sofortige Verfügbarkeit durch Download nach Online-Kauf oder die Veränderung der Schriftgröße. Dementsprechend steigt auch die Zahlungsbereitschaft im Vergleich zu Printmedien: Kostet ein gedrucktes Buch in der Regel 20 CHF, so sind Konsumenten bereit, für eBooks zwischen 26 und 36 CHF und für Audiobooks sogar zwischen 30 und 38 CHF auszugeben.

„Eine Monetarisierung dieser Zahlungsbereitschaften sehen wir im Markt allerdings kaum“, sagt Frauke Becker, Director bei Simon-Kucher & Partners. „Wenn klar ist, welche Komponenten eBook-Lesern und Audiobook-Hörern wirklich wichtig sind und dass diese in digitalen Medien auch besser als in gedruckten Büchern erfüllt werden können, dann sollten Verlage dies auch im Pricing berücksichtigen.“

Besonders gefragt: die Kombination aus Lesen und Hören

Die Studienergebnisse zeigen zudem: Konsumenten fokussieren sich nicht auf nur ein Medium, sondern beliebt sind auch Kombinationen verschiedener Formate. Besonders Bündelungen mit Audiobooks schneiden dabei sehr gut ab und sind als Angebote attraktiv: 68 Prozent der befragten Digitalnutzer können sich vorstellen, eine Kombi „Print-Buch + Audiobook“ zu kaufen, sogar 77 Prozent die Kombi „eBook + Audiobook“ – unter der Prämisse, dass die Kombi mit einem Bündelrabatt von 40 Prozent angeboten wird. „Die Kombination aus Lesen und Hören trifft den Nerv vieler

Nutzer. Über die Audiobooks wird es möglich, Inhalte unabhängig vom Medium weiter zu verfolgen – ähnlich wie bei Netflix und Co: Man startet den Film auf dem Fernseher und schaut später mobil auf dem Smartphone weiter“, erklärt Becker.

Gleichzeitig lässt sich beobachten, dass die vergangenen Monate und die Einschränkungen durch Covid-19 den digitalen Formaten weiteren Aufschwung bringen: So ist die Nutzung von eBooks während der Corona-Krise um 16 Prozent gestiegen, die von Audiobooks um 15 Prozent. „Allerdings geht dieses Wachstum nicht eins zu eins einher mit steigenden Einzelverkäufen von Audiobooks, da Streaming-Anbieter für digitale Inhalte immer beliebter werden und darauf ein Teil der steigenden Nutzung entfallen wird“, so Becker. Derzeit haben fünf Prozent der Konsumenten ein Audiobook-Abo.

Der Kauf von Medien verlagert sich ins Internet

Bereits die Hälfte der Befragten kauft bereits heute Print-Bücher in Online-Buchhandlungen, 44 Prozent gehen dafür in stationäre Buchhandlungen. 28 Prozent beziehen gedruckte Bücher über Online-Marktplätze und 16 Prozent kaufen im Webshop der Verlage. Bei eBooks präferieren 44 Prozent den Erwerb über Online-Marktplätze, 36 Prozent kaufen in Online-Buchhandlungen und 16 Prozent in den Webshops der Verlage. Beim Kauf von Audiobooks lautet die Reihenfolge Online-Marktplätze (38 Prozent), Online-Webportals wie Audible (27 Prozent) und Online-Buchhandlungen (23 Prozent).

Die Corona-Krise hat das Einkaufsverhalten allerdings geändert: 45 Prozent der Konsumenten planen, gedruckte Bücher künftig verstärkt online zu erwerben. „Für Buchhändler steigt dadurch die Relevanz des eCommerce,“, sagt Lisa Jäger. „Klassische Buchhandlungen als auch die Verlage selber sollten jetzt die Gelegenheit nutzen, ihre eCommerce-Strategie wasserdicht auszurichten um das Wachstum nicht allein Online-Marktplätzen zu überlassen.“

Lesepräferenzen variieren nach Format

In allen drei Formaten geben die Befragten „Unterhaltung und Zerstreuung“ als Hauptantrieb an, Medien zu konsumieren: bei gedruckten Büchern 77 Prozent und bei eBooks und Audiobooks jeweils 75 Prozent. Für weiterbildende Zwecke (Ausbildung,

Arbeit) setzen 69 Prozent auf Printmedien, 53 Prozent auf eBooks und 35 Prozent auf Audiobooks.

Die komplette Studie ist auf Anfrage erhältlich.

***Über die Studie:** Die repräsentative Studie „Digitales Lesen auf dem Vormarsch“ wurde von Simon-Kucher & Partners im September 2020 gemeinsam mit Dynata durchgeführt. Dabei wurden knapp 760 Konsumenten in der Schweiz zu ihrem Lese- und Einkaufsverhalten sowie ihrer Zahlungsbereitschaft für Print- und Digitalmedien befragt.

Simon-Kucher & Partners, Strategy & Marketing Consultants: Die Beratungsarbeit von Simon-Kucher & Partners ist ganz auf TopLine Power® ausgerichtet. Laut mehrerer Studien unter deutschen Top-Managern (manager magazin, Wirtschaftswoche, brand eins) ist Simon-Kucher bester Marketing- und Vertriebsberater und führend im Bereich Pricing und Wertsteigerung. Die Unternehmensberatung ist mit über 1.400 Mitarbeitern in 40 Büros weltweit vertreten.

Über die Organisation:

Dynata:

Dynata ist der weltweit führende Anbieter von First-Party-Verbraucherdaten aus mitgliederbasierten Opt-in-Panels. Mit einer globalen Reichweite von mehr als 62 Millionen Personen und einer umfangreichen Datenbank von individuellen, bei Umfragen erhobenen Profilmerkmalen ist Dynata der Grundstein für präzise, vertrauenswürdige Qualitätsdaten. Dynata betreut rund 6.000 Marktforschungsagenturen, Medien- und Werbeagenturen, Beratungs- und Investmentfirmen sowie Firmenkunden in Nord- und Südamerika, Europa und Asia-Pacific. Mehr unter dynata.com.

Pressekontakt:

Simon-Kucher & Partners Strategy & Marketing Consultants GmbH
Willy-Brandt-Allee 13
53113 Bonn

Angela Ott (Public Relations Manager)
Tel: +49 221 36794 386

E-Mail: angela.ott @ simon-kucher.com

Kategorie

Marktforschung & Werbung & Consulting

Source URL: *<https://www.presseportal-schweiz.ch/pressemeldungen/aktuelle-studie-zeigt-ebooks-und-audiobooks-werden-der-schweiz-immer-beliebter>*