

# MARKETAGENT.COM

## **Buch der Zukunft: Trend zum digitalen Lesen**

*Für jeden Vierten sind e-Books eine echte Alternative zum traditionellen Buch*

**Die Zukunft des Buches steht im Mittelpunkt einer aktuellen Studie von Marketagent.com, Österreichs führendem Online Markt- und Meinungsforschungsinstitut. Im Rahmen der Erhebung wurden 500 Österreicher im Alter zwischen 14 und 59 Jahren befragt. Ergebnis: Für jeden vierten Österreicher sind e-Books bereits eine echte Alternative zum traditionellen Buch. Wirklich an eine langfristige Verdrängung glauben aber nur 12,2 Prozent der Österreicher. Unter den 14-19-Jährigen ist es immerhin jeder Fünfte, der die Bücher in Papierform in Gefahr sieht. Vor allem für weniger lese-affine Gruppen wie Männer oder Jugendliche - jeder vierte Mann und jeder fünfte Jugendliche liest gar keine Bücher - stellt das digitale Buch eine attraktive Form der Unterhaltung dar.**

Wie eine aktuelle Studie des Online Markt- und Meinungsforschungsinstituts Marketagent.com zeigt, könnten – überspitzt formuliert - Bücher in Papierform schon bald ausgedient haben. Laut Studienergebnis sind e-Books bereits für jeden vierten Österreicher eine echte Alternative zum traditionellen Buch in Papierform (Top-2-Box „auf jeden Fall + eher schon eine Alternative“: 25,8%).

Vor allem für weniger lese-affine Gruppen wie Männer oder Jugendliche - jeder vierte Mann (25,2%) und jeder fünfte Jugendliche (20,0%) liest gar keine Bücher - stellt das digitale Buch eine attraktive Form der Unterhaltung dar. 30 Prozent der Nicht-Leser könnten sich so vorstellen, zu einem Buch zu greifen, wenn es in elektronischer Form wäre (Top-2-Box „auf jeden Fall + eher schon vorstellbar“: 29,2%). Jeder dritte Nicht- (Top-2-Box „auf jeden Fall + eher schon eine Alternative“: 31,7%) bzw. Wenig-Leser (1-4 Bücher pro Jahr: 33,1%) sieht im e-Book das Buch der Zukunft. Aber auch Leseratten sind dem digitalen Buch nicht abgeneigt. Gut jeder zweite Umfrage-Teilnehmer, der mehr als 15 Bücher im Jahr liest, findet die Vorstellung, e-Books zu „verschlingen“, grundsätzlich gut (Top-2-Box „auf jeden Fall + eher schon vorstellbar“: 48,0%).

Wirklich an eine langfristige Verdrängung des klassischen Buches glauben allerdings nur 12,2 Prozent der Österreicher, unter den 14-19-Jährigen sind es immerhin 21,8 Prozent, die die Bücher in Papierform in Gefahr sehen. „Grundsätzlich kann man aber durchaus von einem zukünftigen Trend zum digitalen Lesen sprechen“, so Thomas Schwabl, Geschäftsführer von Marketagent.com. „44,6 Prozent der Österreicher lesen laut Studienergebnis heute weniger Bücher als noch vor ein paar Jahren. Das elektronische Buch könnte vor allem diesem Trend entgegenhalten und die Vorteile der Bildschirm-Medien für sich nutzen.“

Derzeit werden e-Books aber noch vor allem von Technologie-affinen Personen gelesen. Jeder fünfte Unter-30-Jährige hat bereits Online-Bücher ausprobiert (14-19-Jährige: 20,0%; 20-29-Jährige: 20,2%), in den älteren Altersgruppen sind es nur etwa halb so viele (30-39-Jährige: 13,2%; 40-49-Jährige: 10,1%; 50-59-Jährige: 9,2%). Die Akzeptanz des digitalen Buches ist aber vor allem bei den 40+Jährigen, die bislang das elektronische Lesevergnügen noch nicht probiert haben, grundsätzlich stark ausgeprägt. Fast die Hälfte der Befragten dieser Altersgruppe aus dem Marketagent.com Online

Access Panel könnten sich zumindest vorstellen, e-Books zu lesen (Top-2-Box „auf jeden Fall + eher schon vorstellbar“ 40-49-Jährige: 45,7%; 50-59-Jährige: 47,2%).

Einmal das elektronische Lesevergnügen ausprobiert, möchten 70 Prozent nicht mehr darauf verzichten (69,6%). Knapp 40 Prozent möchten auch weiterhin mindestens genauso viele e-Books wie klassische Bücher lesen (37,7%) und rund jeder Dritte geht davon aus, dass er in den nächsten Jahren mehr elektronische wie gedruckte Bücher lesen wird (31,9%). Alles in allem schneidet das digitale Buch gut ab: Zwei von drei der bisherigen e-Book-Nutzer beschreiben das elektronische Lese-Erlebnis als „sehr“ („gefällt sehr gut“: 24,6%) oder „eher gut“ („gefällt eher gut“: 39,1%).

Wiener Neudorf, am 29. August 2009

### **Studiensteckbrief:**

- Methode: Computer Assisted Web Interviews (CAWI)
- Instrument: Online-Interviews über die Marketagent.com reSEARCH Plattform
- Erhebungszeitraum: 04.06.2009 – 15.06.2009
- Respondenten: web-aktive Personen aus Österreich zwischen 14 und 59 Jahren
- Sample-Größe: n = 500 Netto-Interviews, Random Selection nach Quoten
- Grundgesamtheit: web-aktive Personen aus Österreich zwischen 14 und 59 Jahren
- Umfang: 8 geschlossene Fragen
- Studienleitung: Marketagent.com, Mag. Daniela Karobath

Rückfragehinweis:

### **Marketagent.com online reSEARCH GmbH**

Brown Boveristrasse 8/1  
A-2351 Wiener Neudorf, Austria

c.strasser@marketagent.com  
tel.: +43 (0) 2236 – 205 886  
fax.: +43 (0) 2236 – 205 886 - 99

FN 206987v, Landesgericht Wiener Neustadt  
DVR: 3000570

### **About Marketagent.com:**

Marketagent.com ist Österreichs führendes Online Markt- und Meinungsforschungsinstitut und Vorreiter in der Internet-basierenden Datenerhebung und -analyse. Das eigens rekrutierte 182.000 Personen umfassende Online-Access-Panel (Stand: September 2009, plus 100 pro Tag) ist ein wichtiger strategischer Erfolgsfaktor und Ausgangsbasis für zahlreiche erfolgreiche Consulting-Projekte. Marketagent.com konnte innerhalb weniger Jahre zu einem fixen Bestandteil der Marktforschungsszene aufstreben. Zu den Referenzen zählen unter anderem Unternehmen wie die Telekom Austria, die Erste Bank, Drei, Austrian Airlines, bwin.com, die Wirtschaftskammer Wien/Österreich, die Post AG, der ÖAMTC, Claro, OMV, Coca Cola, L'ORÉAL, Nestlé, eBay und die NÖM AG.

Die technische Realisierung der Online-Research-Plattform wurde mit einer Jury-Auszeichnung im Rahmen des Multimedia-Staatspreises 2002 ausgezeichnet. Im Februar 2003 folgte ein bronzenener Werbe-Hahn für die Bemühungen rund um die Rekrutierung eines Teilnehmer-Pools an Meinungsbildnern und im März der erste Preis beim NÖ Internet-Award der Wirtschaftskammer und der Donau Universität Krems. Im Dezember 2004 gewann Marketagent.com den ersten Preis in der Kategorie e-biz im Rahmen des Gewinn-Jungunternehmer-Wettbewerbs.