



PRESSEINFORMATION

„Lesen Reloaded“

Der Trend des digitalen Lesens hat erst begonnen

Trotz bevorstehendem Hype läuft das eBook dem Buch nicht den Rang ab

eBooks und die Zukunft des gedruckten Buches stehen im Mittelpunkt einer aktuellen Studie von Marketagent.com. Im Rahmen der Erhebung wurden rund 11.000 Personen aus 12 europäischen Ländern befragt. Ergebnis: Erst knapp 15 Prozent der Befragten in Zentraleuropa geben sich dem digitalen Lesevergnügen hin. Ein erheblicher Anteil könnte jedoch in Zukunft dazukommen. 58 Prozent der befragten Nicht-Nutzer haben eine positive Anschaffungsabsicht von eBooks. Als wesentliche Vorteile des elektronischen gegenüber dem gedruckten Buch gelten die sofortige Verfügbarkeit, die Speichermöglichkeit auf einem Endgerät sowie die einfache Mitnahme. Jeder Zweite hält das eBook bereits für eine echte Alternative zum klassischen Buch. Eine Revolution ist in naher Zukunft aber nicht in Sicht. 55 Prozent sind voll und ganz der Ansicht, dass das klassische Buch auch weiterhin in der digitalen Welt bestehen wird. Etwas skeptischer sind die Jugendlichen.

Wie eine aktuelle Umfrage von Marketagent.com, einem der führenden Online Markt- und Meinungsforschungsinstitute im deutschsprachigen Raum, unter knapp 11.000 Personen aus 12 europäischen Ländern zeigt, hat der Trend zum digitalen Lesen in Europa gerade erst begonnen. Aktuell geben sich laut Studienergebnis erst knapp 15 Prozent in Zentraleuropa dem digitalen Lesevergnügen hin. Im Mittel nutzt der durchschnittliche Leser digitaler Bücher sechs eBooks pro Jahr. Im Vergleich dazu liegt der Anteil der gelegentlichen „Offline-Leser“ bei 56 Prozent. Diese bringen es im Mittel auf zehn Stück jährlich gelesene Bücher. Während Frauen deutlich leseaffiner bei gedruckten Büchern sind, lässt sich bei der Nutzung digitaler Bücher kein Geschlechterunterschied feststellen. Die Bereitschaft zum digitalen Lesen ist jedoch stark altersabhängig. So ist die Akzeptanz von eBooks unter den 20- bis 39-Jährigen stärker ausgeprägt als in den anderen Altersgruppen.

Ein erheblicher Anteil an digitalen Lesern, quer über sämtliche Altersgruppen, könnte laut Studienergebnis jedoch in Zukunft noch dazukommen. So haben 58 Prozent der befragten Nicht-Nutzer eine positive Anschaffungsabsicht von eBooks. Nur jeder Zehnte kann es sich prinzipiell überhaupt nicht vorstellen, digitale Bücher zu lesen (9,6%). Als wesentliche Vorteile des elektronischen gegenüber dem klassischen Buch werden von den befragten eBook-Nutzern die sofortige Verfügbarkeit durch den Download (70,7%), die Speichermöglichkeit auf einem Endgerät (64,9%) sowie die einfache Mitnahme (64,0%) erlebt. Was das Lesen auf Bildschirm-Medien jedoch nicht ersetzen kann, ist nach Meinung der eBook-Verweigerer der Charme des gedruckten Buches (51,7%) sowie das gewisse „Feeling“ beim Lesen (51,1%) und die Gemütlichkeit (45,4%), die beim klassischen Buch entstehen. Jeder Dritte gibt darüber hinaus an, dass eBooks die Ästhetik (35,9%) und den charakteristischen Geruch (34,3%) des traditionellen Buches zu stark missen lassen.

„Digitale Bücher werden aktuell zwar noch hauptsächlich auf speziellen eBook-Lesegeräten gelesen, vor allem von den höheren Semestern, die steigende Marktdurchdringung von mobilen End- und Hybridgeräten wird jedoch massiv zum Trend des digitalen Lesens beitragen und die Nutzungsbarrieren von elektronischen Inhalten zunehmend senken“, so Thomas Schwabl, Geschäftsführer von Marketagent.com. Zum aktuellen Zeitpunkt liest laut Befragung bereits jeweils ein Fünftel der eBook-Nutzer digitale Bücher auf Tablets (20,7%) bzw. am Notebook (20,0%), jeder Zehnte sogar am Smartphone (10,7%). Überrascht hat

im Rahmen der Studie, dass eBooks nicht vorrangig unterwegs, sondern zu Hause genutzt werden (85,3%) – genauso wie das gedruckte Buch (95,7%).

Für eine echte Alternative zum klassischen Buch hält derzeit bereits jeder zweite Umfrage-Teilnehmer das eBook (50,1%). Im internationalen Vergleich sind die Italiener am meisten davon überzeugt (67,5%), während die Österreicher hier von allen Nationen am skeptischsten sind (44,9%). „Zum gegenwärtigen Zeitpunkt könnte man sagen, das Glas ist halb voll“, resümiert Thomas Schwabl die Studienergebnisse. „Eine Revolution ist in naher Zukunft aber noch nicht in Sicht. Dass das eBook einmal das gedruckte Buch von der Bildfläche verdrängen könnte, glaubt man länderübergreifend nämlich eher nicht.“

So sind 82 Prozent der insgesamt knapp 11.000 Befragten zumindest eher der Ansicht, dass das klassische Buch auch weiterhin in der digitalen Welt bestehen wird. 55 Prozent sind voll und ganz davon überzeugt. Etwas skeptischer sind die Jugendlichen in Europa: Nur zwei von fünf Befragten unter 20 Jahren glauben fest an die Zukunft des gedruckten Buches in der digitalen Welt (41,4%). Die Frage bleibt, wie stark das haptische Erlebnis und die Ästhetik von gedruckten Büchern die jungen Generationen auf Dauer in den Bann ziehen können.

Wiener Neudorf, am 11. April 2013

Studiensteckbrief

- Methode: Computer Assisted Web Interviews (CAWI)
- Instrument: Online-Interviews über die Marketagent.com reSEARCH Plattform
- Respondenten: Besucher der Website von Marketagent.com aus AT, DE, CH, SLO, SK, CZ, HU, HR, IT, FR, RS, BG
- Sample-Größe: n = 10.929 Netto-Interviews
- Erhebungszeitraum: 19.09.2012 – 26.02.2013
- Grundgesamtheit: Besucher der Website von Marketagent.com aus AT, DE, CH, SLO, SK, CZ, HU, HR, IT, FR, RS, BG
- Umfang: 17 offene/geschlossene Fragen

Zusätzliche Grafiken und Tabellen können Sie unter 02236 – 205 886 oder info@marketagent.com jederzeit gerne anfordern!

Rückfragehinweis:

Marketagent.com online reSEARCH GmbH

Christina Strasser
Brown Boveristrasse 8/1
A-2351 Wiener Neudorf, Austria
c.strasser@marketagent.com
tel.: +43 (0) 2236 – 205 886

FN 206987v, Landesgericht Wiener Neustadt
DVR: 3000570

About Marketagent.com

Marketagent.com zählt zu den führenden Full-Service Online Markt- und Meinungsforschungsinstituten im deutschsprachigen Raum. Mit Niederlassungen in Wiener Neudorf, München, Zürich und Maribor werden jährlich mehr als 800.000 Web-Interviews durchgeführt und rund 700 Online Research Projekte realisiert; Tendenz steigend. Das Herzstück des Instrumentariums von Marketagent.com ist das über 452.000 (Stand: April 2013) Personen umfassende Online-Access-Panel, welches im Januar 2010 als erstes Access Panel der D-A-CH-Region nach der ISO Norm 26362 zertifiziert wurde und im April

2011 das Euro-Label E-Commerce-Gütezeichen für das vorbildliche Datenschutz- und Sicherheitskonzept erhielt. Im Februar 2012 wurde die Erfüllung dieser Qualitätsstandards erneut unter Beweis gestellt und bestätigt. Seit März 2012 ist Marketagent.com Mitglied im Netzwerk der „Leitbetriebe Austria“.

Marketagent.com realisiert Web-Befragungen für führende nationale und internationale Top-Unternehmen. Zu den Kunden zählen namhafte Firmen und Marken wie Coca-Cola, OBI, Nestlé, L'Oréal, Ikea, Bayer, Generali oder Samsung. Die Themenfelder und Forschungsschwerpunkte sind vielfältig und decken sämtliche Bereiche der Markt- und Meinungsforschung ab.