



LUDWIG-
MAXIMILIANS-
UNIVERSITÄT
MÜNCHEN

Fakultät für Betriebswirtschaft
Munich School of Management

Wie das Internet den Buchmarkt verändert

Ergebnisse einer Delphistudie

aus dem LMU-Unterprojekt „InterMedia“ (<http://www.intermedia.lmu.de/>)
im Rahmen des BMBF-Programms „Internetökonomie“

Prof. Dr. Dres. h.c. Arnold Picot

Dipl.-Kfm. Christoph Janello

Institut für Information, Organisation und Management
www.iom.bwl.lmu.de

München, 20. September 2007



Agenda

- Ausgangspunkt, Zielsetzung & Methodik
- Fragestellungen & Ergebnisse
 - Veränderungen und Herausforderungen
 - E-Books und Volltextsuche
 - Wertschöpfungsstruktur
 - Erlösgenerierung



Ausgangspunkt: klassische Organisation der Wertschöpfung in der Buchindustrie

Wertschöpfungskette von Buchverlagen*



Erweiterte Sicht



* Vgl. Wirtz (2003); Zerdick / Picot / Schrape (2003)

Zielsetzung & Methodik

Forschungsfragen

Welche Auswirkungen haben moderne Internet-technologien auf die Wertschöpfungskonfiguration im Buchmarkt in zehn Jahren?

- Kommt es zur Disintermediation? Wenn ja: wo?
- Gibt es Verschiebungen in der Besetzung der Wertschöpfungsaktivitäten?
- Kommt es wirklich zur einer Verlagerung von Papier auf elektronische Medien? Wenn ja: in welchen Marktsegmenten?
- Erfordern elektronische Lesemedien neue Erlösmodelle?

➔ **Beantwortung auf der Basis einer Befragung von Experten der Buchbranche**

Methodik

Primär qualitative Expertenbefragung

Durchführung als 2-stufige Delphi-Studie

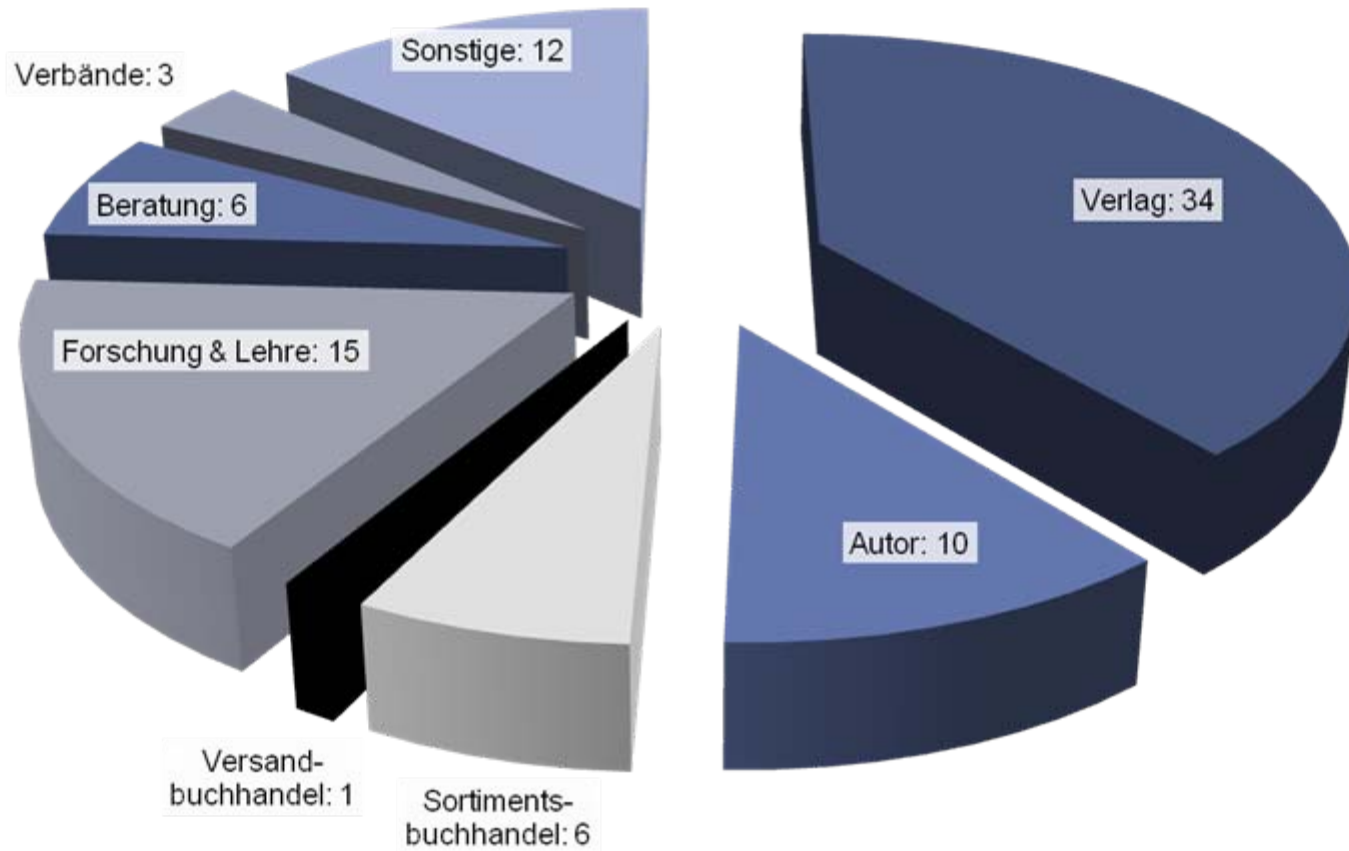
- Umsetzung als Online-Befragung
- Erste Runde: Oktober 2006: 126 Experten
- Zweite Runde: Juni 2007: 86 Experten
- Zeitbedarf: je ca. 30-40 Minuten

Expertenauswahl

- Wirtschaft (Autoren, Verlage, Buchhandel etc.)
- Forschung (Medienökonomie, Buch- und Kommunikationswissenschaft)
- Verbände, Institutionen, Berater

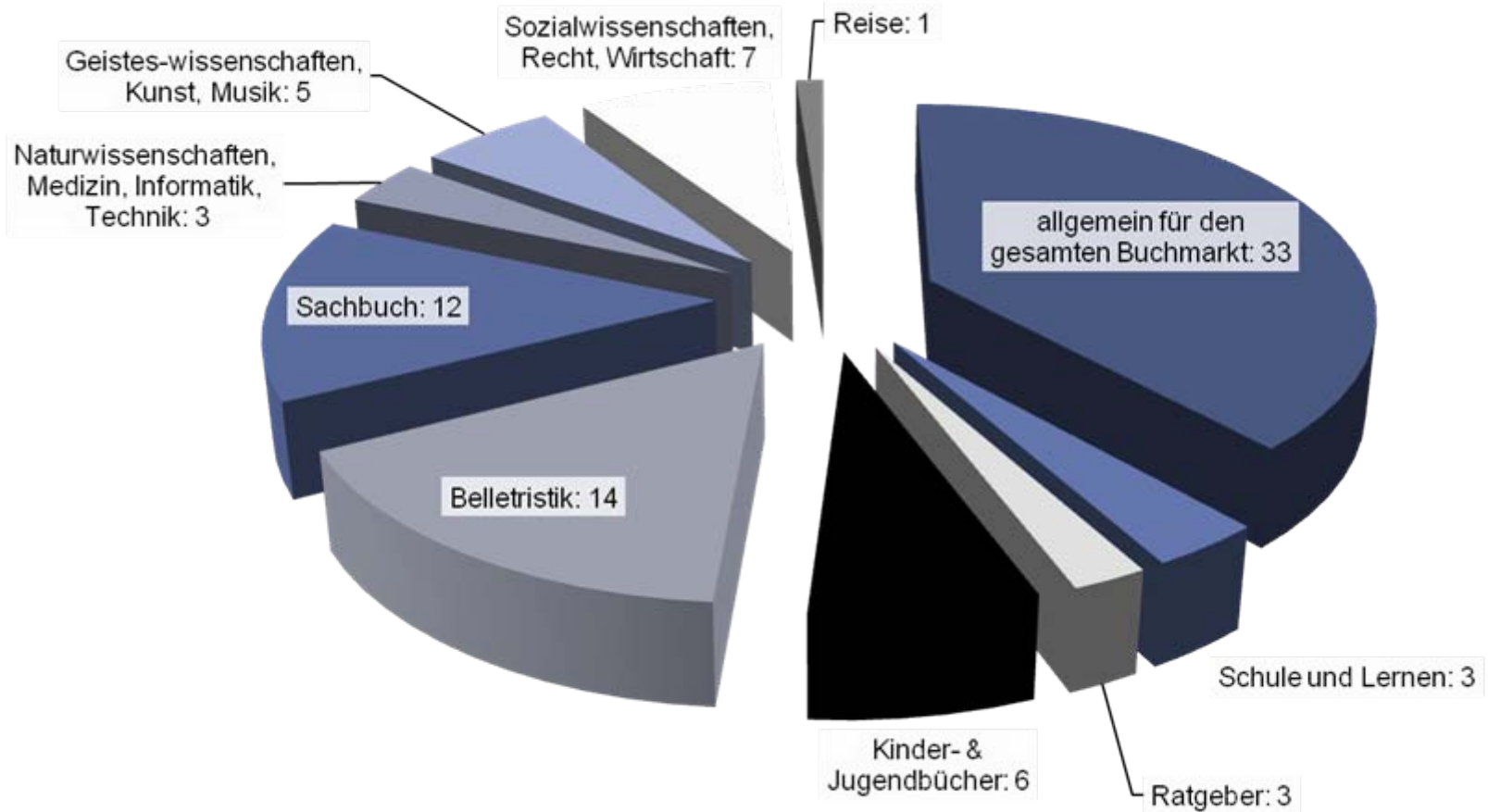
➔ **Zweistufiges Vorgehen erlaubt Vertiefung interessanter Aspekte und verbessert die Ergebnissqualität**

Beteiligte Experten (I): Perspektive





Beteiligte Experten (II): Verteilung auf Branchensegmente (Warengruppen)





Agenda

- Ausgangspunkt, Zielsetzung & Methodik
- Fragestellungen & Ergebnisse
- Veränderungen und Herausforderungen
- E-Books und Volltextsuche
- Wertschöpfungsstruktur
- Erlösgenerierung

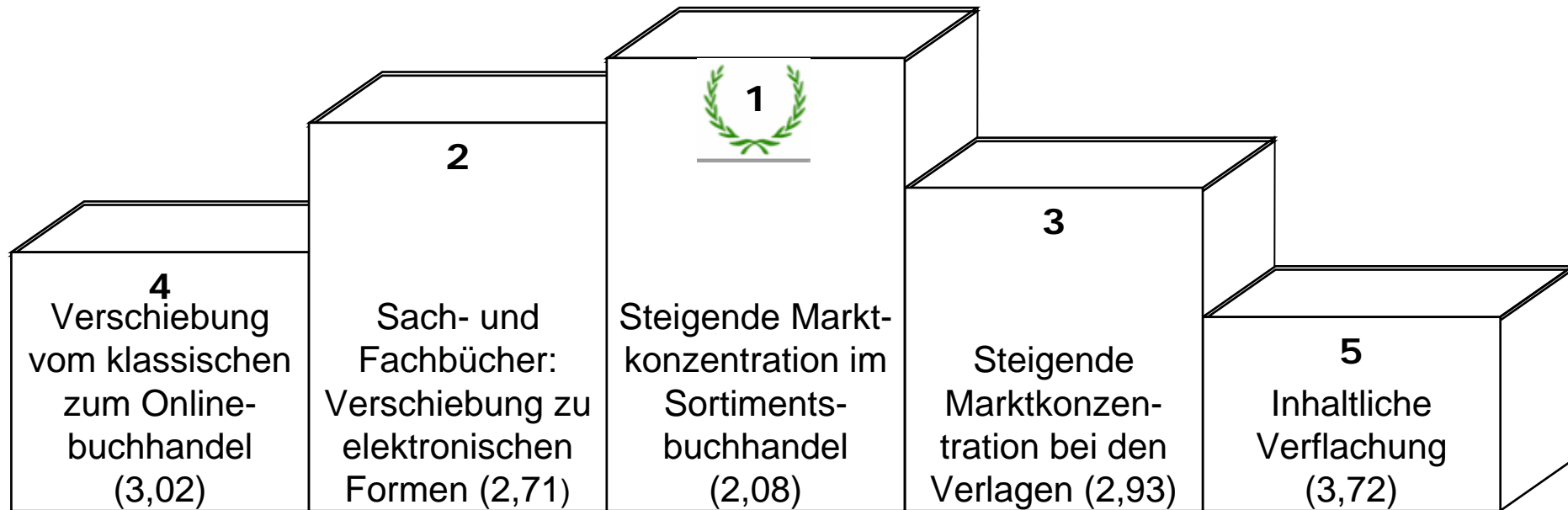


Agenda

- Ausgangspunkt, Zielsetzung & Methodik
- Fragestellungen & Ergebnisse
- Veränderungen und Herausforderungen
- E-Books und Volltextsuche
- Wertschöpfungsstruktur
- Erlösgenerierung

Experten prognostizieren eine steigende Marktkonzentration im traditionellen Buchhandel gefolgt von der Verschiebung zu digitalen Publikationsformen

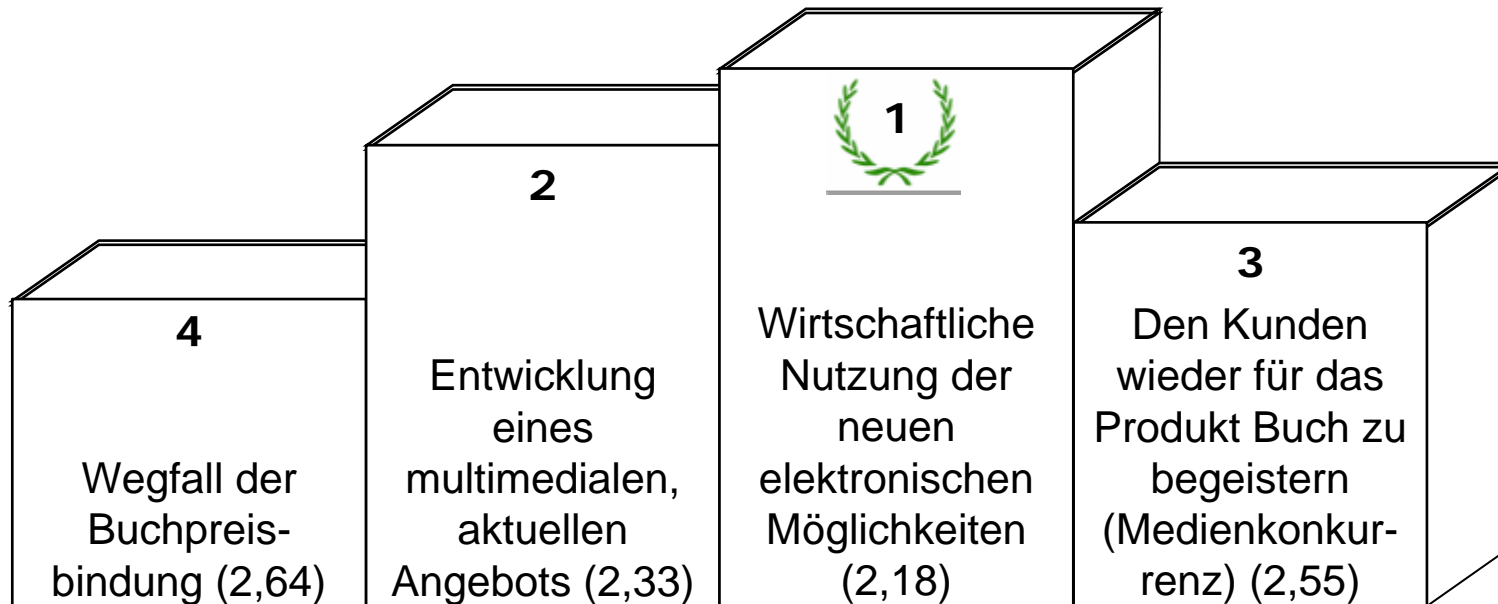
Veränderungen im Buchmarkt



In den Klammern ist der Durchschnitt der vergebenen Ränge wiedergegeben.

Neue Möglichkeiten müssen genutzt werden, um mit einem aktuellen, multimedialen Angebot mit den Wettbewerbern Schritt halten zu können

Herausforderungen für die Akteure im Buchmarkt



In den Klammern ist der Durchschnitt der vergebenen Ränge wiedergegeben.



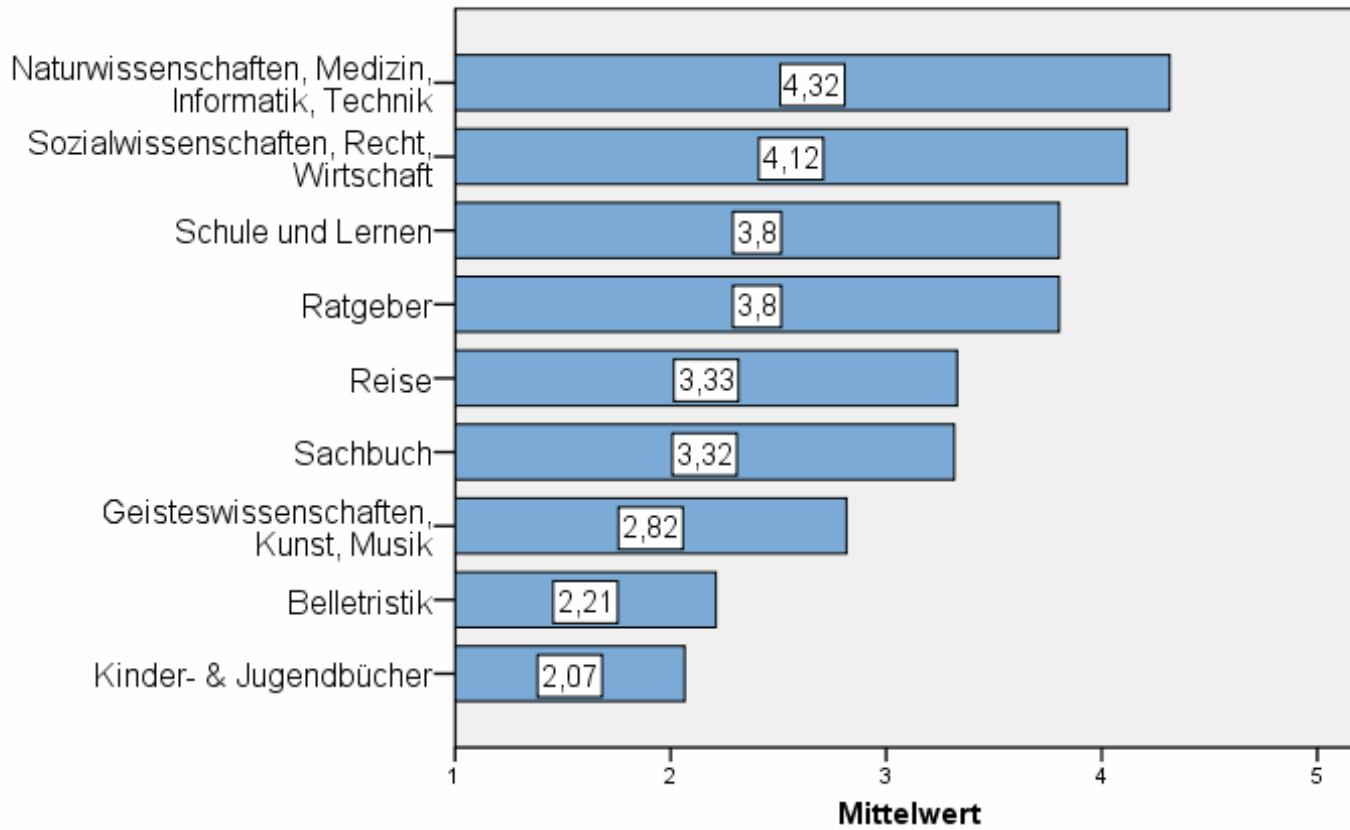
Agenda

- Ausgangspunkt, Zielsetzung & Methodik
- Fragestellungen & Ergebnisse
 - Veränderungen und Herausforderungen
 - E-Books und Volltextsuche
 - Wertschöpfungsstruktur
 - Erlösgenerierung



Wissenschaftliche Fachbücher eignen sich im Gegensatz zu Belletristik und Kinderbüchern sehr gut für die elektronische Publikation

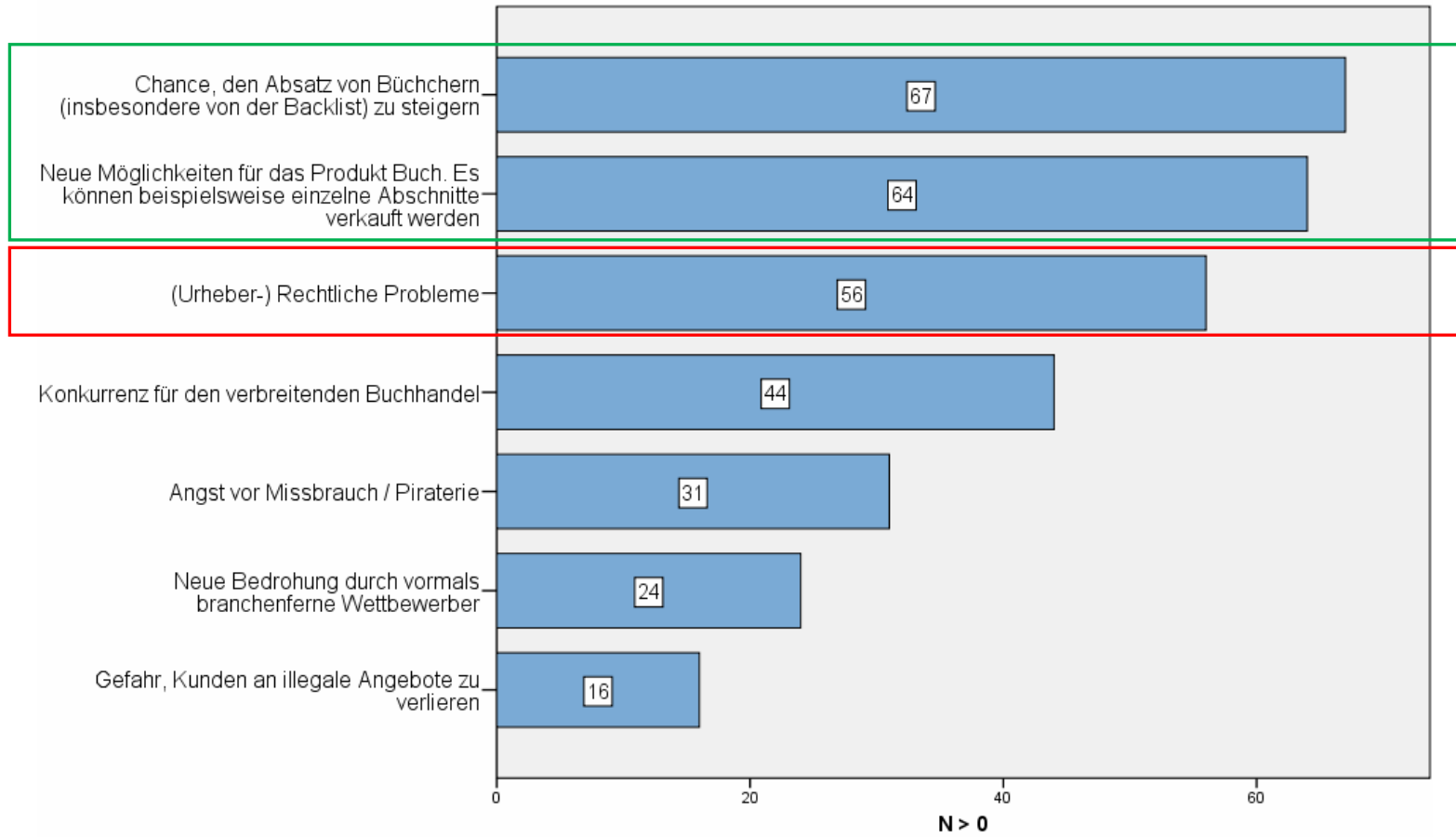
Eignung zur Publikation als elektronisches Buch (E-Book)



Skala von 1 (gering) bis 5 (hoch)

Die Volltextsuche wird primär als Chance und nicht als Bedrohung gesehen

Gründe für die Relevanz der Volltextsuche



Skala: Anzahl der Nennungen bei 1-3 möglichen Nennungen pro Teilnehmer

Agenda

- Ausgangspunkt, Zielsetzung & Methodik
- Fragestellungen & Ergebnisse
 - Veränderungen und Herausforderungen
 - E-Books und Volltextsuche
 - Wertschöpfungsstruktur
 - Erlösgenerierung

Internetbasierte Anbieter sind für die Inhaltebereitstellung, Transaktionsanbahnung und -abwicklung sowie Distribution besser geeignet
Änderungen bei der Besetzung der Wertschöpfungsaktivitäten durch Akteursgruppen

Technologische Innovationen wie Digitalisierung und Vernetzung verändern die Zuordnung der durchführenden Akteure zu den Wertschöpfungsaktivitäten insbesondere im Bereich der digitalen Inhaltebereitstellung, Anbahnung des Kaufs und der Distribution.

Hier findet eine Verlagerung hin zu internetbasierten Diensten statt, die für diese Aktivitäten besser geeignet sind.

In den anderen Wertschöpfungsaktivitäten kommt es zu keinen oder geringen Veränderungen.



Insbesondere bei den Wertschöpfungsstufen Inhaltebereitstellung, Anbahnung, Transaktionsabwicklung und Vertrieb sind internetbasierte Anbieter im Vorteil

Rangfolge der Eignung der Akteursgruppen für die jeweilige Wertschöpfungsaktivität

	heute	in 10 Jahren
Bereitstellung in el. Datenbank	<ol style="list-style-type: none"> 1. Internet-Suchmaschinen 2. Internetbuchhandel 3. Weblogs 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Soft- und Hardwarehersteller 2. Verlage 3. Druckdienstleister
(...)		
Transaktionsanbahnung	<ol style="list-style-type: none"> 1. Klassischer Buchhandel 2. Internetbuchhandel 3. Verlage 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Internetbuchhandel 2. Internet-Suchmaschinen 3. Klassischer Buchhandel
Abwicklung der Transaktion	<ol style="list-style-type: none"> 1. Klassischer Buchhandel 2. Internetbuchhandel 3. Verlage 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Internetbuchhandel 2. Klassischer Buchhandel 3. Soft- und Hardwarehersteller
Vertrieb von klassischen Büchern	<ol style="list-style-type: none"> 1. Klassischer Buchhandel 2. Internetbuchhandel 3. Verlage 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Internetbuchhandel 2. Klassischer Buchhandel 3. Verlage



Agenda

- Ausgangspunkt, Zielsetzung & Methodik
- Fragestellungen & Ergebnisse
 - Veränderungen und Herausforderungen
 - E-Books und Volltextsuche
 - Wertschöpfungsstruktur
 - Erlösgenerierung

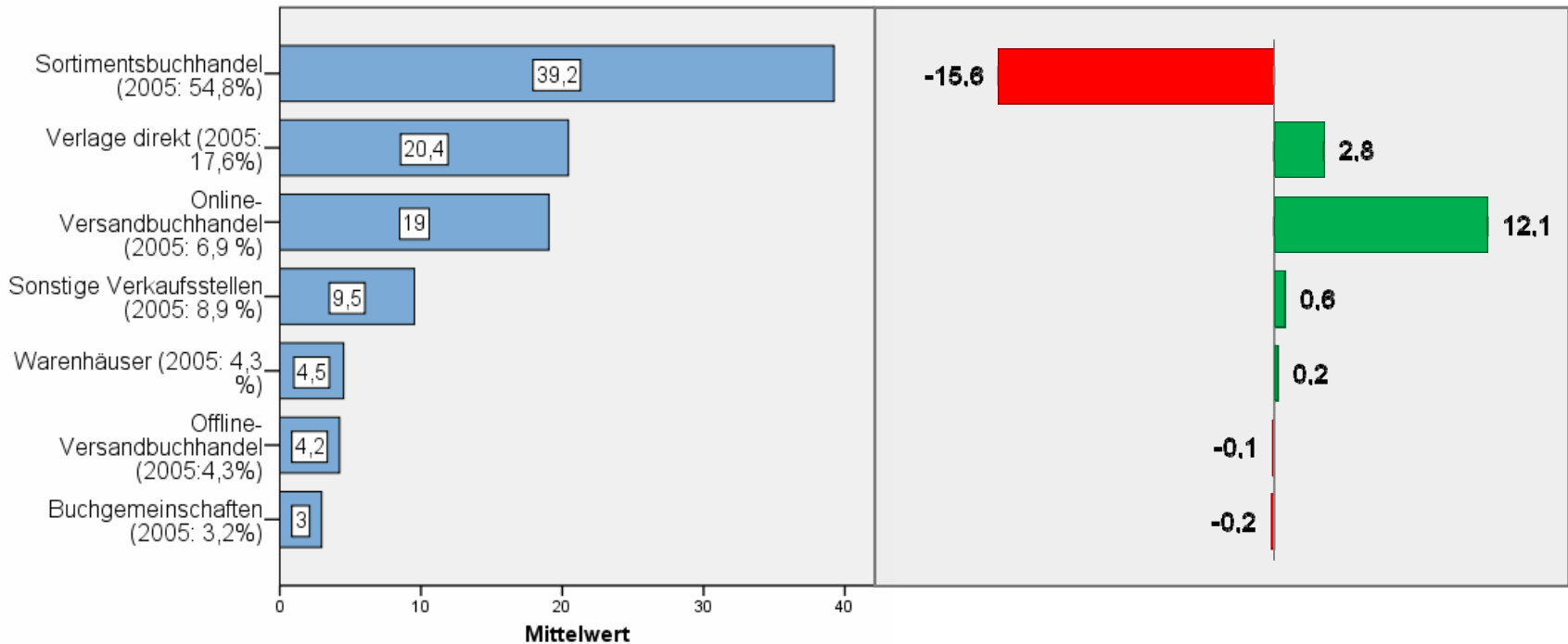


Onlinebuchhandel und Direktvertrieb von Verlagen wachsen auf Kosten des Sortimentsbuchhandels

Verteilung des Gesamtumsatzes auf die verschiedenen Vertriebswege in 10 Jahren

Bitte prognostizieren Sie, wie sich der Umsatz im Buchmarkt in 10 Jahren auf die verschiedenen Vertriebswege aufteilen wird.

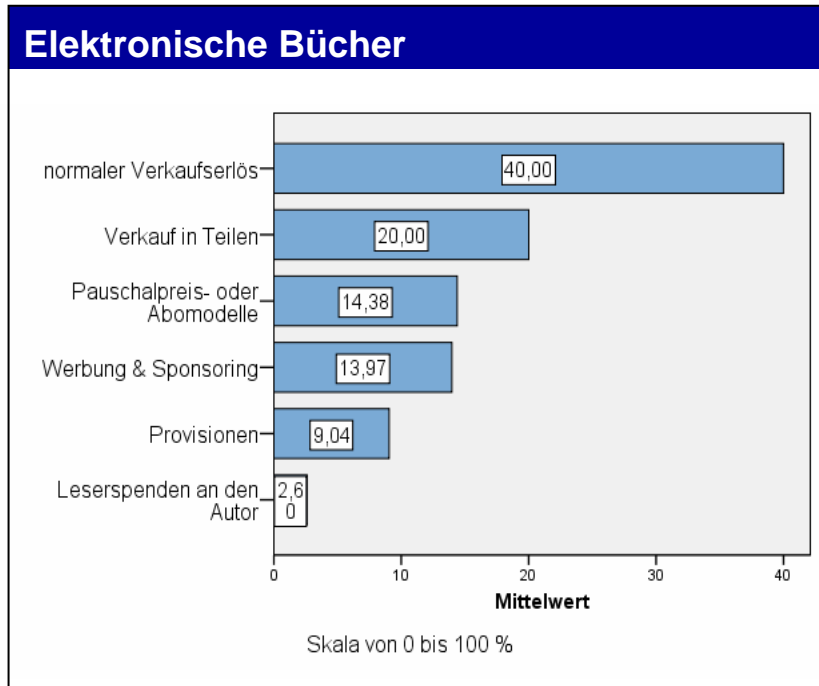
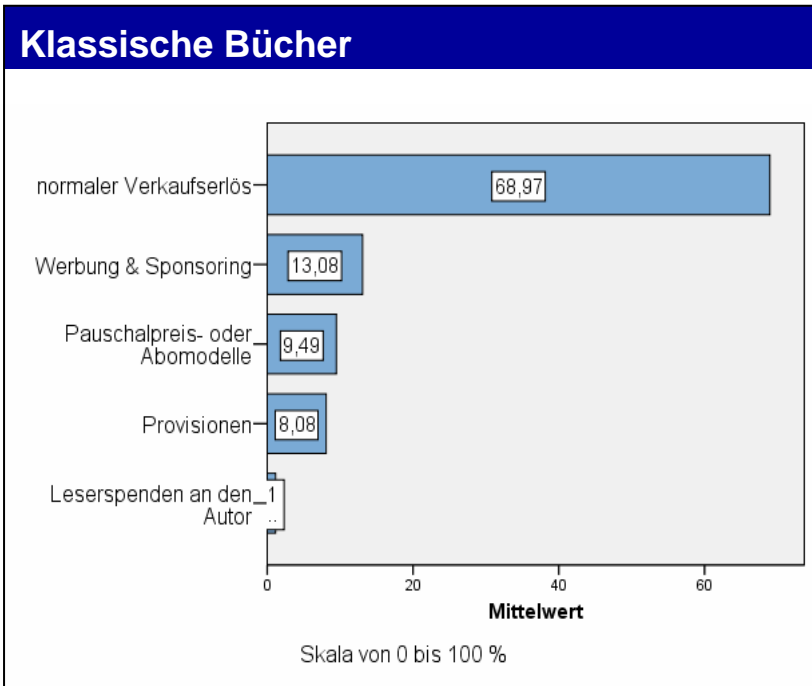
Differenz gegenüber Werten von 2005 (absolute Prozentpunkte)



Skala von 0 bis 100 %

In 10 Jahren beträgt der normale Verkaufserlös nur noch zwei Drittel des Gesamterlöses, bei elektronischen Büchern nur 40%.

Zukünftige Zusammensetzung der Erlöse

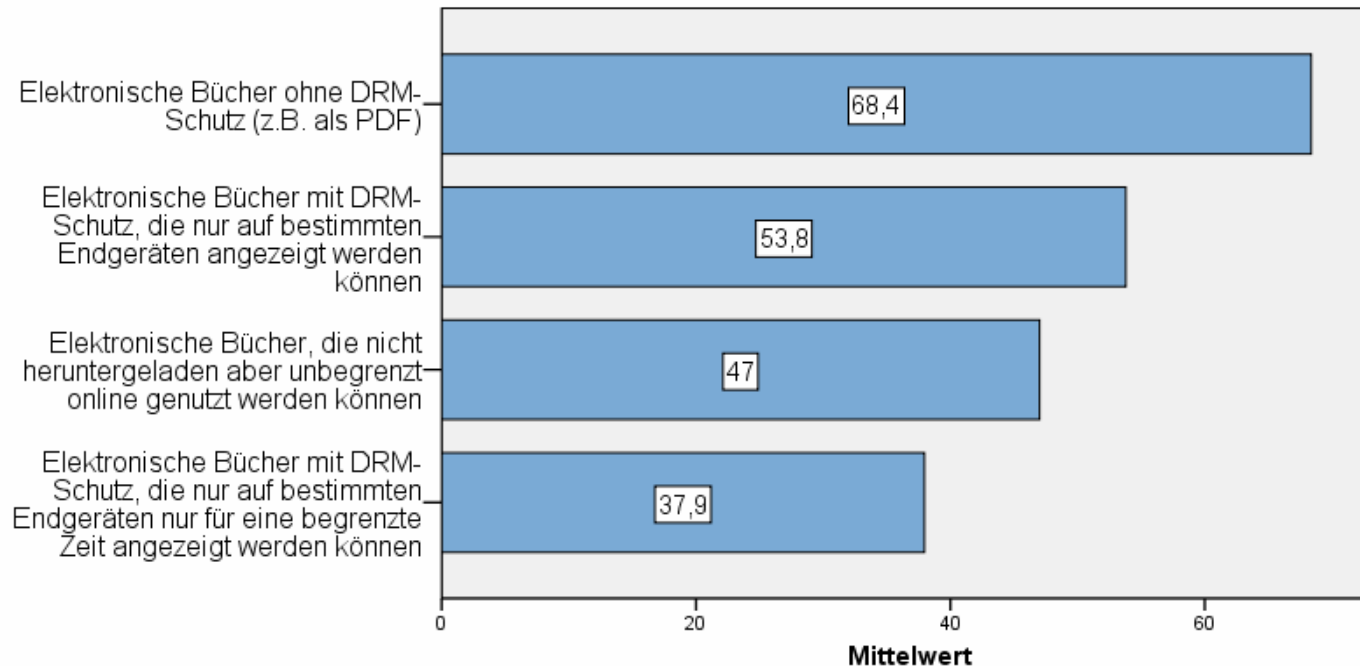


➔ “Neue” Erlösformen gewinnen auch im klassischen Buchmarkt an Bedeutung.

➔ Die Erlöse für elektronische Bücher setzen sich aus vielen Komponenten zusammen. Die Möglichkeit, auch Teile zu verkaufen erscheint sehr attraktiv.

Abhängig von der Restriktivität des DRM-Systems sind für elektronische Bücher 40-70% des Preises der günstigsten Printvariante realistisch

Für Leser und Buchbranche attraktive Preisgestaltung von elektronischen Büchern



Skala: optimaler Preisansatz für die verschiedenen Varianten elektronischer Bücher in Prozent der günstigsten Printversion