

Ergebnisse einer Vergleichsstudie in
Deutschland, Österreich und der Schweiz

→ Buch und E-Book aus Nutzersicht

Von Christoph Kochhan* und Grit Patzig**

Dass Bücher in der Gesellschaft einen hohen Stellenwert besitzen, bestätigen immer wieder zahlreiche Untersuchungen: In der Freizeit greifen Deutsche gerne auf Bücher als Medium zur Unterhaltung, aber auch zur Information zurück. Dabei verdeutlichen die Studien zum Lesen jeweils erneut, dass Frauen mehr lesen als Männer und darüber hinaus die Bildung große Bedeutung für die Beliebtheit und Nutzung von Büchern hat. (1)

Vergleichende
Drei-Länder-Studie
zum Stellenwert
des Buches

Während in Deutschland regelmäßig das Leseverhalten untersucht wird, gab es für die anderen deutschsprachigen Länder bislang keine aktuell vergleichbaren Studien. Vor diesem Hintergrund hat der Börsenverein des Deutschen Buchhandels gemeinsam mit dem Schweizer Buchhändler- und Verlegerverband sowie dem Hauptverband des Österreichischen Buchhandels jetzt eine Ad-hoc-Studie vorgelegt, in der der Stellenwert von Büchern im Kontext des Medienportfolios untersucht wurde. Thema war dabei der Umgang mit Büchern und Hörbüchern sowie den Medien Fernsehen, Internet, Radio, Tageszeitung und Zeitschrift/Illustrierte. Gefragt wurde zum einen nach den Medienpräferenzen der Deutschen, Österreicher und der deutschsprachigen Schweizer, zum anderen aber auch im Detail nach dem Stellenwert des Medienklassikers Buch: Kann man im 21. Jahrhundert auf Bücher verzichten? Welche Bücher werden bevorzugt gelesen und wie ist die Einstellung zum neuen Format des E-Books? Daraus wurden insgesamt sieben Mediennutzungstypen für den deutschsprachigen Raum entwickelt, die in unterschiedlicher Art und Weise einzelnen Medien Bedeutung zumessen. Besonders betrachtet wurde in diesem Zusammenhang, welcher Stellenwert dem Medium Buch attestiert wird.

Standardisierte
Onlinebefragung

Die GfK Panel Services Deutschland, Nürnberg, hat im März 2009 mittels einer standardisierten Onlinebefragung 500 Personen in Österreich, 504 Personen in der deutschsprachigen Schweiz sowie 729 Personen in Deutschland befragt. Für die Studie wurde eine disproportional geschichtete Stichprobe in den drei Ländern mit anschließender repräsentativer Gewichtung auf die Grundgesamtheit gezogen. (2) Der Fragebogen umfasste eine Abfrage zur Mediennutzung. Hier wurden die Befragten aufgefordert, die tägliche Nutzung für die einzelnen Medien zu schätzen. Insofern können Unterschiede zu einschlägigen Mediennutzungsstudien (z.B. AGF/GfK oder Langzeitstudie Massenkommunikation) auftreten, da auf Selbstauskünfte der Befragten

und beispielsweise nicht auf Messung zurückgegriffen wird. Dieses Vorgehen kann gerechtfertigt werden, weil der Fokus der vorliegenden Studie nicht in der Berechnung der tatsächlichen zeitlichen Nutzung liegt, sondern ein Vergleich der Bedeutung der einzelnen Medien in den drei Ländern angestrebt wird.

Medienpräferenzen

Betrachtet man die Mediennutzung in Deutschland, Österreich und der Schweiz, so kristallisiert sich auch in dieser Studie das Fernsehen als das beliebteste Medium heraus. 32 Prozent des gesamten Medienbudgets der Befragten entfallen 2009 pro Tag auf das Anschauen von Fernsehsendungen (vgl. Abbildung 1 und Tabelle 1). Unmittelbar gefolgt wird dieses Medium von Internet und Radio, die jeweils 28 Prozent des Medienbudgets für sich beanspruchen. Deutlich weniger Zeit verbringen die Menschen im deutschsprachigen Raum mit Printmedien: 5 Prozent des Tagesbudgets widmet die deutsche, österreichische und deutschsprachige Bevölkerung in der Schweiz dem Lesen der Tageszeitung, 4 Prozent dem Lesen von Büchern, 3 Prozent dem Lesen von Zeitschriften bzw. Illustrierten. Das Hörbuch – auch wenn es sich in der Umsatzentwicklung in den letzten Jahren grundsätzlich positiv darstellt (3) – nimmt zurzeit noch eine deutlich untergeordnete Stellung ein. „Gesprochene Bücher“ beanspruchen lediglich 0,3 Prozent des Medienzeitbudgets.

Im Ländervergleich ergeben sich deutliche Unterschiede im Zeitbudget für Mediennutzung. Österreicher verbringen durchschnittlich 673 Minuten pro Tag mit Medien, gefolgt von Deutschland mit 605 Minuten und der deutschsprachigen Schweiz mit 585 Minuten. Insgesamt verbringen die Menschen im deutschsprachigen Raum etwas mehr als zehn Stunden täglich mit Massenmedien. (4)

Fernsehen, Internet und Radio sind diejenigen Medien, denen die Befragten in 2009 die meiste Zeit widmen. Das Fernsehen ist insbesondere in der deutschen Bevölkerung beliebt: Im Durchschnitt verbringt man 173 Minuten täglich vor dem Fernseher. (5) Demgegenüber nimmt das Internet bei den Befragten in allen drei Ländern in etwa den gleichen zeitlichen Rahmen in der Mediennutzung ein – im deutschsprachigen Raum beansprucht es im Durchschnitt 28 Prozent des Medienbudgets. Zweieinhalb Stunden verbringt man im Durchschnitt pro Tag im World Wide Web.

Einen deutlich höheren Stellenwert im Vergleich zu Deutschland und Österreich hat das Radio in der Schweiz. 36 Prozent der täglichen Zeit, die 2009 auf die Mediennutzung entfällt, wird in der deutschsprachigen Schweiz Radio gehört (214 Mi-

Fernsehen weiterhin
beliebtestes
Massenmedium

Österreicher
verbringen am
meisten Zeit
mit Medien

Deutsche
sind eifrigste
Fernsehnutzer

Radio am stärksten
in der Schweiz
genutzt

* Börsenverein des Deutschen Buchhandels, Frankfurt am Main.

** GfK, Nürnberg.

① Mediennutzung in Deutschland, Österreich und der Schweiz 2009*

nach Selbsteinschätzung, in Min./Tag

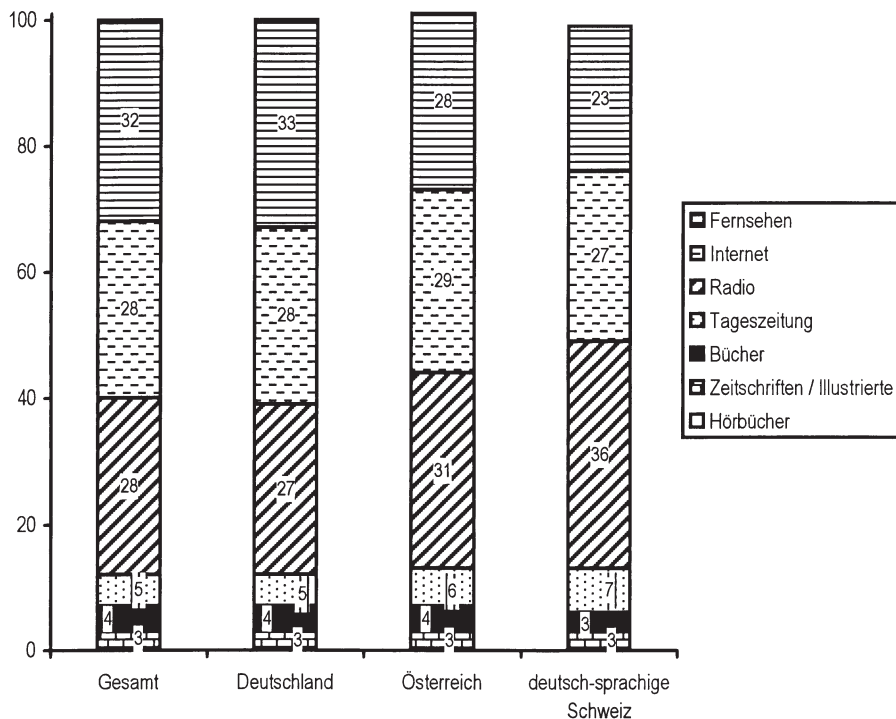
	Gesamt	Deutschland	Österreich	deutschsprachige Schweiz
Zeitbudget für Medien pro Tag	610	605	673	585
Tageszeitung	42	42	45	41
Zeitschriften/Illustrierte	30	30	35	25
Fernsehen	170	173	168	124
Radio	173	167	207	214
Internet	150	148	173	144
Bücher	27	27	32	25
Hörbücher	16	17	14	12

* Ohne Personen, die das jeweilige Medium nie nutzen.

Quelle: Börsenverein des Deutschen Buchhandels e.V.

Abb. 1 Anteile am Zeitbudget für Mediennutzung 2009

Bitte geben Sie an, wie viel Zeit Sie im Durchschnitt pro Tag während einer gewöhnlichen Woche mit den folgenden Medien verbringen, in %



Basis: 1 733 Personen repräsentativ für 73,85 Millionen deutschsprachige Personen in Deutschland, Österreich und Schweiz.

Quelle: Börsenverein des Deutschen Buchhandels e.V.

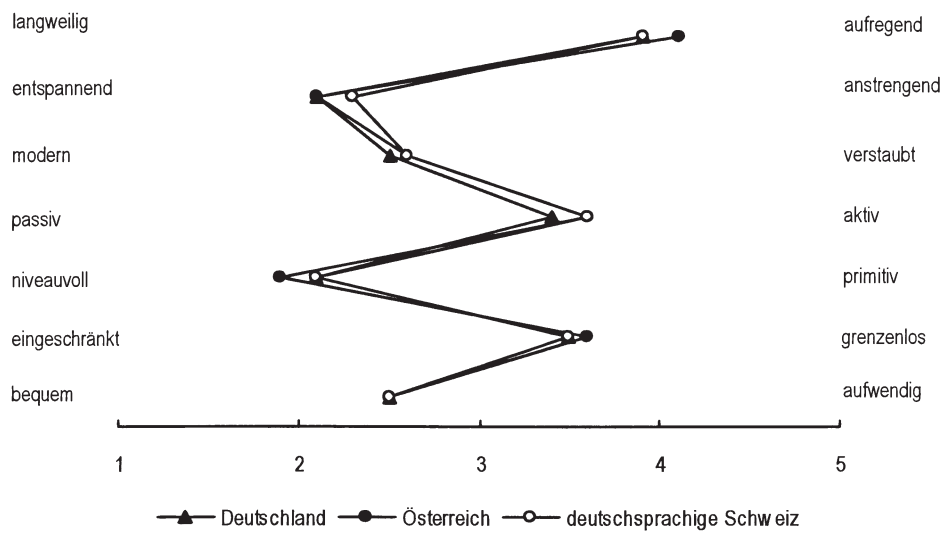
nuten), in Österreich sind es 31 Prozent (207 Minuten) und in Deutschland 27 Prozent (167 Minuten).

Deutlich weniger Relevanz im Medienzeitbudget kommt Tageszeitungen, Zeitschriften, Büchern sowie Hörbüchern zu. Hier liegen die Anteilswerte lediglich im einstelligen Bereich, was eventuell darauf zurückzuführen ist, dass Printmedien oftmals eine höhere Konzentration der Rezipienten bei der Aufnahme der Inhalte verlangen als audiovisuelle Medien.

Allerdings muss die auf ein Medium verwendete Zeit nicht unmittelbar dessen Wertschätzung durch die Rezipienten widerspiegeln. Um einen Hinweis auf den subjektiven Stellenwert der einzelnen Medien in den drei Ländern zu erhalten, wurde im Rahmen der Studie gefragt, auf welche Medien die Rezipienten am wenigsten verzichten könnten. Bringt man 2009 zwar – noch – die meiste Zeit des Tages mit dem Fernsehen, so zeigt sich über alle drei Länder hinweg, dass man am wenigsten auf das Internet verzichten möchte. Dies trifft insbesondere auf die Bevölkerung in Österreich zu:

46 Prozent der Österreicher würden Internet am meisten vermissen

Abb. 2 Eigenschaften des Buches 2009
 Beurteilung des Buches mit Eigenschaftspaaren, Mittelwerte



Basis: 1 733 Personen repräsentativ für 73,85 Millionen deutschsprachige Personen in Deutschland, Österreich und Schweiz.

Quelle: Börsenverein des Deutschen Buchhandels e.V.

46 Prozent der Österreicher möchten das Internet nicht missen. Sicherlich resultiert dieser hohe Wert im Vergleich zu Deutschland (30%) sowie der Schweiz (36%) aus der vergleichsweise hohen Internetpenetration in Österreich. (6) Wenn man also die Nutzung und Beliebtheit von Fernsehen und Internet vergleicht, zeigt sich, dass das Fernsehen zwar in der Nutzungshäufigkeit noch ganz oben steht, das Internet mit seinen Möglichkeiten des zeitunabhängigen Abrufs von Information und Unterhaltung jedoch inzwischen eine dem Fernsehen vergleichbare Wertschätzung genießt.

Buch auf Platz 3 der Vermissskala

Im Ranking der Medienbindung kristallisiert sich nach Internet und Fernsehen auf Rang 3 der Medienklassiker Buch heraus. 17 Prozent der Befragten geben an, am wenigsten auf Bücher verzichten zu können – damit belegt auch diese Studie den Stellenwert von Büchern in der Gesellschaft. Dabei liegt die deutsche Bevölkerung mit 18 Prozent leicht über dem Durchschnitt, Österreich folgt mit 13 Prozent, die Schweiz mit 9 Prozent.

Die Wertschätzung von Büchern spiegelt sich auch darin wider, mit welchen Attributen dieses Medium belegt wird: Im Rahmen der Beurteilung von Büchern mit Eigenschaftspaaren, die den Befragten vorgelegt wurden, zeigen alle Länder, dass Bücher eher als „aufregend“, als „entspannend“ und als „grenzenlos“ beschrieben werden. Hier sind es insbesondere Österreicher, die dem Buch diese Attribute zuschreiben (vgl. Abbildungen 2 bis 4).

Buch und Fernsehen werden unterschiedliche Eigenschaften zugewiesen

Anders sind die Ausprägungen der Eigenschaftspaare beim auf der Vermissskala zweitplatzierten Medium Fernsehen. Diesem schreiben die Befragten zwar auch die Eigenschaften „aufregend“, „entspannend“ und „grenzenlos“ zu. In der Ausprägung zwischen „niveauvoll“ und „primitiv“ liegt das Fern-

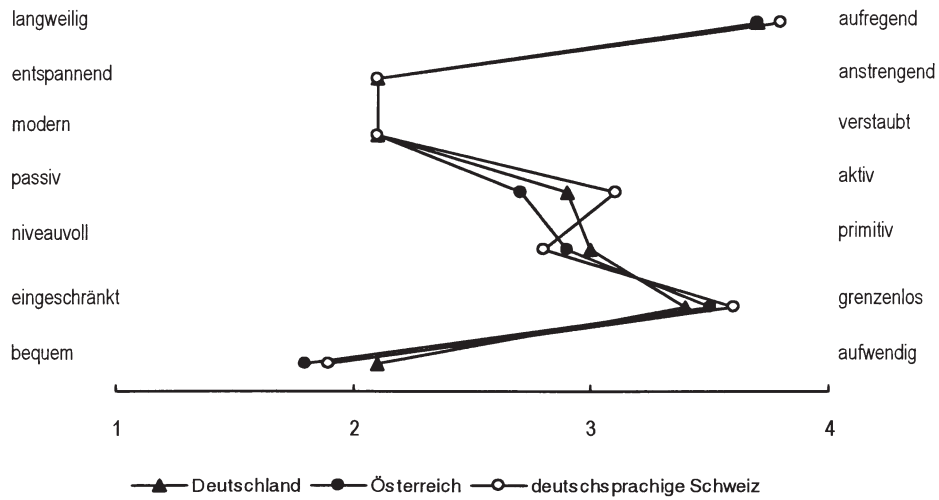
sehen allerdings indifferenter im Vergleich zu Büchern, die als deutlich niveauvoller charakterisiert werden. Zudem wird dem Fernsehen wesentlich stärker das Attribut „modern“ zugeordnet als dem Buch – und dies in allen Ländern auf gleichem Niveau. Der Umgang mit Büchern wird allerdings als „aktiver“ eingeordnet als die Beschäftigung mit dem Fernsehen. Dies entspricht damit auch den Untersuchungsergebnissen der Lesestudie des Börsenvereins des Deutschen Buchhandels in Kooperation mit der ZDF-Medienforschung im Jahr 2005, die zeigte, dass die Lektüre von Büchern vielfältiger erscheint als die Rezeption von Fernsehbeiträgen: „Das Lesen von Büchern setzt ungleich mehr Aktivität voraus als das Einschalten des Fernsehgerätes, die Entscheidung für eine Sendung und das Sehen der Sendung. Das Lesen eines Buches erfordert Einsatz und Engagement im Sinne von Besorgen eines Buches, der Entscheidung, dieses Buch zu lesen. Der Lesevorgang selbst ist mit höherem Aufwand verbunden als fernzusehen.“ (7)

Das Internet wird im medialen Vergleich am modernsten eingeschätzt. Allen voran belegen die Befragten aus Österreich das Internet mit diesem Attribut, sicherlich entsprechend ihrer allgemeinen Internetaffinität. Zudem wird das World Wide Web als das grenzenloseste der Medien eingestuft, ebenso als „aufregend“ und „aktiv“, da die Internetnutzung im Vergleich zum Fernsehen vielfältigere Möglichkeiten der Interaktion bietet. Im Vergleich etwa mit dem Fernsehen wird dem Internet weniger das Nutzungsmotiv „Entspannung“ zugesprochen. Dieses Ergebnis entspricht beispielsweise auch den

Internet am modernsten eingeschätzt

Abb. 3 Eigenschaften des Fernsehens 2009

Beurteilung des Fernsehens mit Eigenschaftspaaren, Mittelwerte

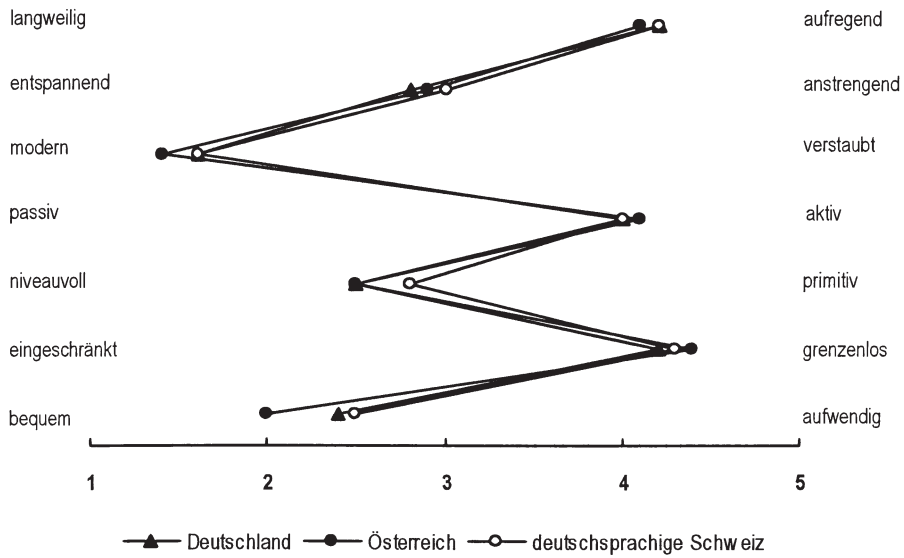


Basis: 1 733 Personen repräsentativ für 73,85 Millionen deutschsprachige Personen in Deutschland, Österreich und Schweiz.

Quelle: Börsenverein des Deutschen Buchhandels e.V.

Abb. 4 Eigenschaften des Internets 2009

Beurteilung des Internets mit Eigenschaftspaaren, Mittelwerte



Basis: 1 733 Personen repräsentativ für 73,85 Millionen deutschsprachige Personen in Deutschland, Österreich und Schweiz.

Quelle: Börsenverein des Deutschen Buchhandels e.V.

Abb. 5 Aussagen zum Besitz von Büchern 2009

Bitte geben Sie an, inwieweit diese Aussagen auf Sie persönlich zutreffen.
trifft zu bzw. trifft voll und ganz zu, in %

Meine Bücher stehen in meiner Wohnung an einem gut sichtbaren Platz.

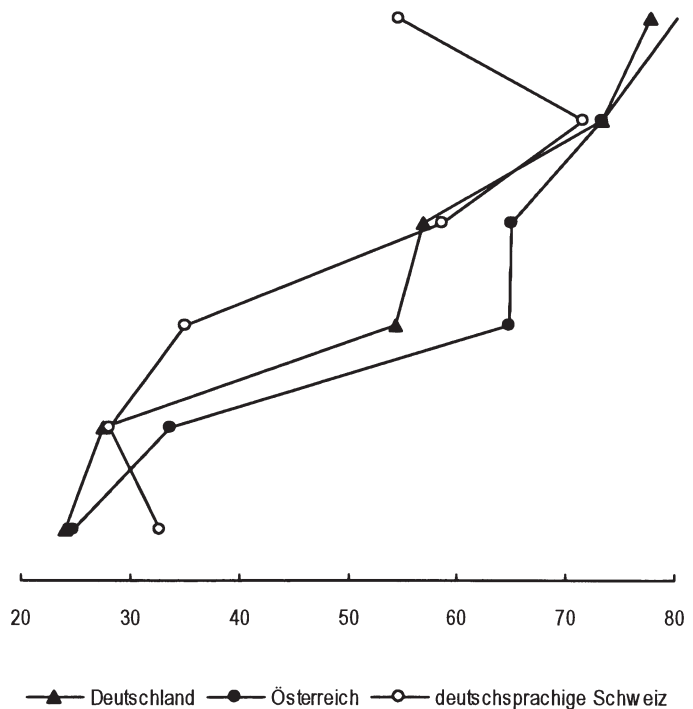
Bücher, die ich lese, habe ich in der Regel gekauft.

Für mich sind Bücher mehr als nur Unterhaltungs- oder Informationsquelle.

Bücherregale sind ein wichtiger Bestandteil meiner Einrichtung.

Für Bücher mit besonderer Ausstattung (bes. Umschlag o. Papier, Lesebändchen u. ä.) bin ich bereit einen höheren Preis zu zahlen.

Mir geht es nur um das Lesen selbst, daher leihe ich meine Bücher oft aus bzw. verkaufe oder tausche sie nach dem Lesen.



Basis: 1 733 Personen repräsentativ für 73,85 Millionen deutschsprachige Personen in Deutschland, Österreich und Schweiz.

Quelle: Börsenverein des Deutschen Buchhandels e.V.

Resultaten der Studie Massenkommunikation VII, in der das Internet im Vergleich mit Fernsehen, Hörfunk und Tageszeitung beim Nutzungsmotiv „Entspannung“ den letzten Rang einnimmt. (8)

Am meisten werden Bücher in Österreich gelesen

Am meisten gelesen wird in Österreich: 11,2 Bücher werden pro Jahr in der Freizeit gelesen (der Wert von Personen, die angeben, Bücher selten oder nie zu nutzen liegt in Österreich bei 32%). In Deutschland liest man durchschnittlich 8,9 Bücher (hier sind es 34,7%, die angeben, selten oder nie Bücher zu nutzen), in der deutschsprachigen Schweiz acht Bücher pro Jahr (33,3% der Befragten lesen selten oder nie Bücher).

Symbolcharakter des Buches

Entsprechend der Lesehäufigkeit in den Untersuchungsländern zeigen sich auch die Zustimmungswerte zu der Aussage „Meine Bücher stehen in meiner Wohnung an einem gut sichtbaren Platz“ (vgl. Abbildung 5). Hier sind es vor allem die Deutschen und Österreicher, die dieser Aussage zustimmen. Deutlich weniger Symbolcharakter messen die Schweizer dem Medium Buch zu. Dementsprechend charakterisiert die deutschsprachige Bevölkerung in der Schweiz auch ein Bücherregal nicht als einen wichtigen Bestandteil ihrer Wohnungseinrichtung. Auch hier sind die Top-Boxes-Werte in Deutschland und insbesondere in Österreich deutlich höher. Generell zeigt sich, dass das Buch insbesondere in Österreich auch den Charakter eines

Statussymbols hat. Alle Werte der abgefragten Items (außer: „Mir geht es um das Lesen selbst, daher leihe ich meine Bücher oft aus bzw. verkaufe oder tausche sie nach dem Lesen.“) liegen im Bereich der Top-Boxes in Österreich höher als in den beiden anderen untersuchten Ländern.

Ähnlich gelagert sind die Aussagen zum Lesen. Dem Statement „Ich habe Spaß an schönen Büchern“ stimmen die Befragten aller drei Länder in hohem Maße zu – wengleich auch hier die Schweiz auf etwas niedrigerem Niveau (vgl. Abbildung 6). Ebenso hohe Zustimmungswerte haben die Items „Gedruckte Bücher gehören zu meinem Leben dazu“ sowie „Wenn ich mich entspannen möchte, dann lese ich ein Buch“. Deutlich weniger Zustimmung erhält folgende Aussage: „Ich lese nicht zum Entspannen, sondern um informiert zu sein“. Andere Untersuchungen zeigen, dass Informationen zunehmend dem Internet entnommen werden, das Buch hingegen seinen Unterhaltungsscharakter ausbaut. (9) Insbesondere in der Schweiz ist man der Meinung, „Mit Internet, Radio oder TV ist man ausreichend informiert. Das Lesen von Büchern ist heute nicht mehr notwendig“ – hier finden sich vergleichsweise höhere Zustimmungswerte.

Im Bereich Information verliert Buch an das Internet

Abb. 6 Aussagen zum Lesen von Büchern 2009

Bitte geben Sie an, inwieweit Sie diesen Aussagen zustimmen.
stimme zu bzw. stimme voll und ganz zu, in %

Ich habe Spaß an schönen Büchern.

Gedruckte Bücher gehören zu meinem Leben dazu.

Wenn ich mich entspannen möchte, dann lese ich ein Buch.

Ich lese nicht zum Entspannen, sondern um informiert zu sein.

Längeres Lesen finde ich zu anstrengend.

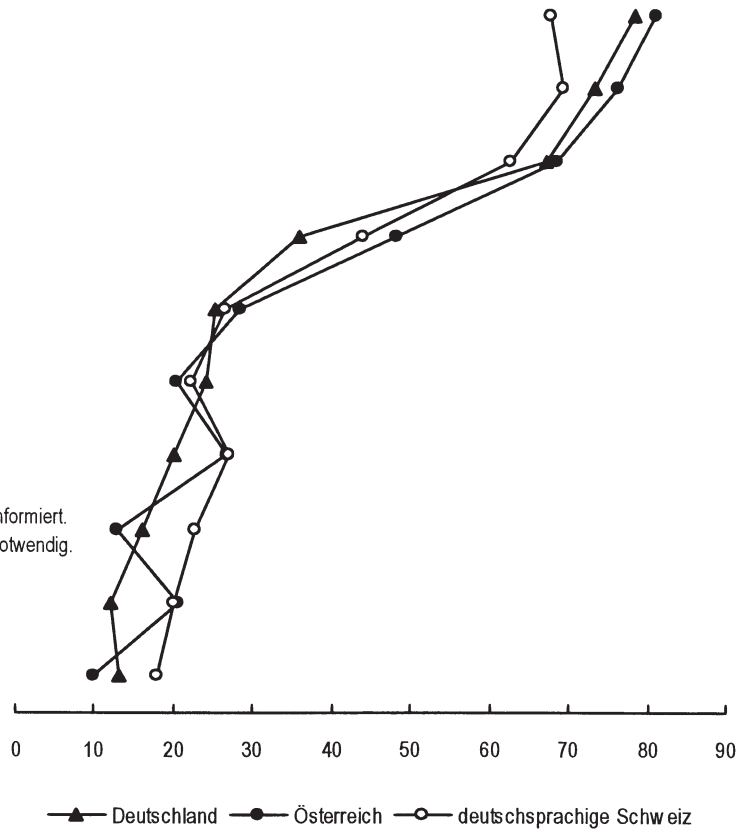
Beim Lesen habe ich oft das Gefühl, dass ich dabei zu viel Zeit brauche.

Mir ist egal, ob ich ein gedrucktes oder digitales Buch lese, wichtig ist der Inhalt.

Mit Internet, Radio o. TV bin ich ausreichend informiert. Das Lesen von Büchern ist heute nicht mehr notwendig.

Ich lese gern online.

Gedruckte Bücher brauchen viel Platz und sind einfach unpraktisch.

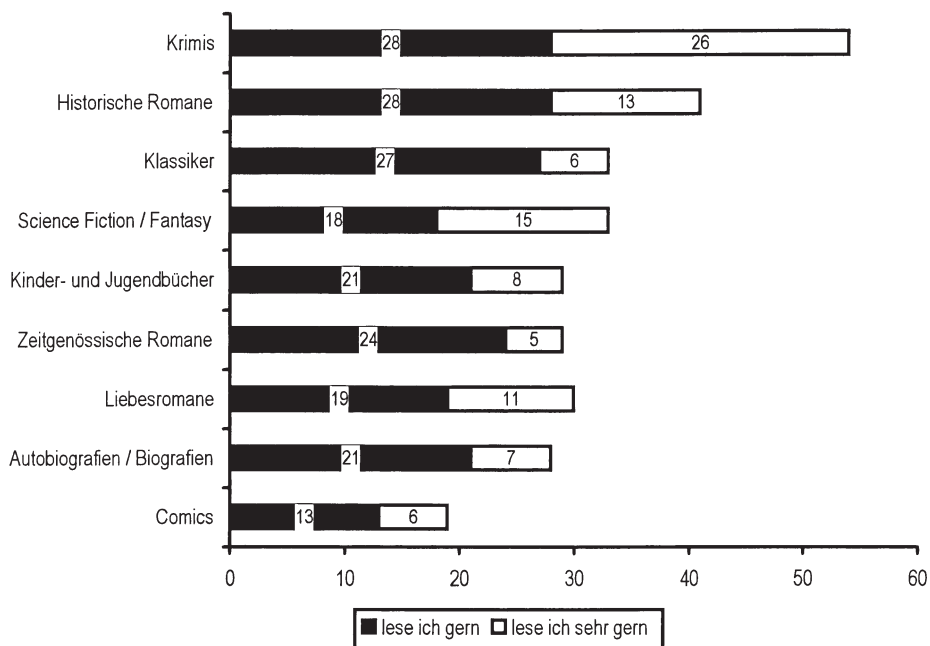


Basis: 1 733 Personen repräsentativ für 73,85 Millionen deutschsprachige Personen in Deutschland, Österreich und Schweiz.

Quelle: Börsenverein des Deutschen Buchhandels e.V.

Abb. 7 Präferierte Unterhaltungsbuchgattungen 2009

Welche der folgenden Buchgattungen lesen Sie in Ihrer Freizeit sehr gern, gern, weniger gern bzw. gar nicht gern?, in %

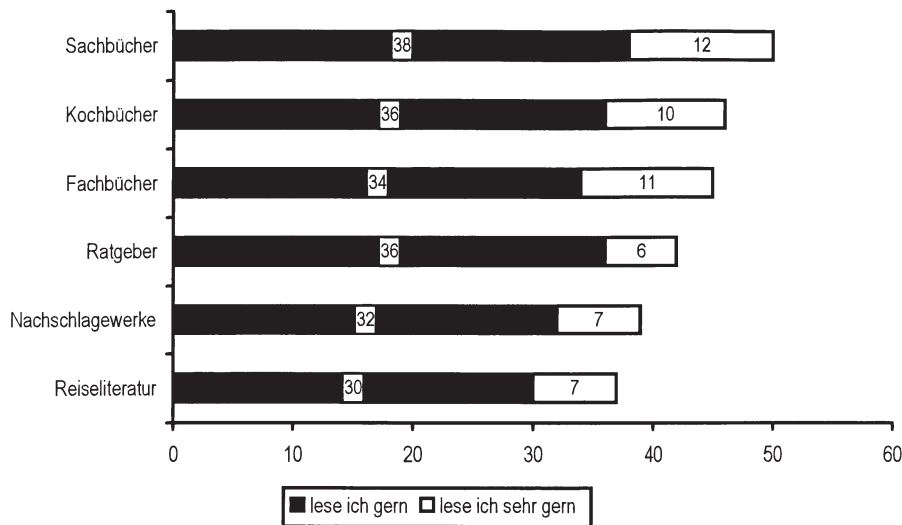


Basis: 1 733 Personen repräsentativ für 73,85 Millionen deutschsprachige Personen in Deutschland, Österreich und Schweiz.

Quelle: Börsenverein des Deutschen Buchhandels e.V.

Abb. 8 Präferierte Informationsbuchgattungen 2009

Welche der folgenden Buchgattungen lesen Sie in Ihrer Freizeit sehr gern, gern, weniger gern bzw. gar nicht gern?, in %



Basis: 1 733 Personen repräsentativ für 73,85 Millionen deutschsprachige Personen in Deutschland, Österreich und Schweiz.

Quelle: Börsenverein des Deutschen Buchhandels e.V.

werte als in Deutschland und in Österreich; dies korrespondiert mit der Tatsache, dass lediglich 9 Prozent der deutschsprachigen Schweizerangaben, am wenigsten auf Bücher verzichten zu können. Dem Item „Ich lese gerne online“ stimmen vor allem Österreicher und Schweizer zu. In Deutschland liegt der Wert 8 Prozentpunkte niedriger.

Präferierte Buchgattungen

Ganz oben in der Gunst der Deutschen, Schweizer und Österreicher stehen Krimis. 28 Prozent der Befragten lesen gerne Kriminalromane (vgl. Abbildung 7). Zudem äußerten weitere 26 Prozent, dass sie Krimis sogar sehr gerne lesen. Auf Rang 2 im Genre-Beliebtheitsranking platzieren sich Sachbücher mit 50 Prozent der Nennungen. Rang 3 entfällt auf Koch- bzw. Backbücher mit einem Wert von 46 Prozent. Gerne oder sehr gerne gelesen werden im Bereich der Unterhaltung Kriminalromane (54%), Historische Romane (41%) sowie Klassiker und Science Fiction/Fantasy mit jeweils 33 Prozent der Nennungen. Im Bereich der Information stehen nach Sachbüchern und Koch- bzw. Backbüchern Fachbücher auf Rang 3 mit 45 Prozent der Nennungen, knapp gefolgt von Ratgebern mit 42 Prozent (vgl. Abbildung 8).

Im Unterhaltungssektor sind die Genrevorlieben in den drei Ländern insgesamt ähnlich verteilt. Lediglich bei einzelnen Genres lassen sich geringe Unterschiede in der Beliebtheit finden. So ist die Bevölkerung der deutschsprachigen Schweiz beispielsweise besonders aufgeschlossen gegenüber Krimis: 31 Prozent geben an, Krimis gerne zu lesen, und 26 Prozent sagen, dass sie Krimis sehr gerne lesen (vgl. Tabelle 2). Allerdings liegen Deutschland und Österreich nur knapp dahinter (54 bzw. 52% gerne/sehr gerne). Beliebte scheinen in der Schweiz auch

Klassiker: 40 Prozent lesen gerne oder sehr gerne Klassiker. In Österreich sind es immerhin noch 37 Prozent, in Deutschland 32 Prozent, die Literaturklassiker mögen. Hingegen können Kinder- und Jugendbücher in der Schweiz mit 21 Prozent weniger für Aufmerksamkeit sorgen, in Österreich sind es 31 Prozent und in Deutschland 30 Prozent. Aufgeschlossener sind die Schweizer gegenüber Liebesromanen. 41 Prozent lesen in ihrer Freizeit gerne oder sehr gerne Liebesromane. Deutlich weniger beliebt ist dieses Genre jedoch in Österreich. Hier sind es 26 Prozent, die gerne oder sehr gerne Liebesromane lesen. In Deutschland liegt der Wert bei 29 Prozent.

Österreicher sind Sachbuchfans: 43 Prozent lesen in ihrer Freizeit gerne Sachbücher, 23 Prozent geben sogar an, sehr gerne in Sachbüchern zu schmökern (vgl. Tabelle 3). Damit liegt der Top-Boxes-Wert 9 Prozentpunkte über dem Wert für die deutschsprachige Schweiz und sogar 17 Prozentpunkte über dem Wert für Deutschland. Auch bei Fachbüchern sind Österreicher weit vorne zu finden. 66 Prozent geben zu Protokoll, in ihrer Freizeit gerne oder sehr gerne Fachbücher zu lesen. In der Schweiz sind es 57 Prozent. Auch in Bezug auf dieses Genre sind die Deutschen weniger begeisterungsfähig. Lediglich 42 Prozent äußern, dass dies ein beliebtes Genre in der Freizeit sei. Dass sich Österreicher gerne mit Informationen auseinandersetzen, zeigt auch, dass die Hälfte der Befragten angibt, in ihrer Freizeit in Nachschlagewerken zu blättern.

**Krimis führen
Beliebtheitsliste in
allen Ländern an**

**Österreicher
mögen Sachbücher**

② **Präferierte Unterhaltungsbuchgattungen nach Ländern 2009**

Welche der folgenden Buchgattungen lesen Sie in Ihrer Freizeit sehr gern, gern, weniger gern bzw. gar nicht gern? Top-Boxes, in %

	Deutschland		Österreich		deutschsprachige Schweiz	
	gern	sehr gern	gern	sehr gern	gern	sehr gern
Krimis	28	26	27	25	31	26
Historische Romane	28	13	26	14	24	10
Klassiker	26	6	30	7	35	5
Science Fiction	18	15	16	16	18	8
Kinder- und Jugendbücher	21	9	23	8	17	4
Zeitgenössische Literatur	24	5	24	5	24	8
Liebesromane	19	10	17	9	22	19
Autobiografien / Biografien	20	6	25	11	30	14
Comics, Mangas	13	6	17	10	17	4

Basis: 1 733 Personen repräsentativ für 73,85 Millionen deutschsprachige Personen in Deutschland, Österreich und Schweiz.

Quelle: Börsenverein des Deutschen Buchhandels e.V.

③ **Präferierte Informationsbuchgattungen nach Ländern 2009**

Welche der folgenden Buchgattungen lesen Sie in Ihrer Freizeit sehr gern, gern, weniger gern bzw. gar nicht gern? Top-Boxes, in %

	Deutschland		Österreich		deutschsprachige Schweiz	
	gern	sehr gern	gern	sehr gern	gern	sehr gern
Sachbücher	38	11	43	23	39	18
Kochbücher, Backbücher	37	9	27	14	32	17
Fachbücher	33	9	43	23	42	15
Ratgeber	36	5	36	10	41	4
Nachschlagewerke	31	6	37	13	37	4
Reiseliteratur	30	6	27	14	41	14

Basis: 1 733 Personen repräsentativ für 73,85 Millionen deutschsprachige Personen in Deutschland, Österreich und Schweiz.

Quelle: Börsenverein des Deutschen Buchhandels e.V.

– und bevorzugen Hardcover Wenn man sich in Österreich informieren möchte, bevorzugen 44 Prozent Hardcover (vgl. Tabelle 4). Dies kann wiederum als Hinweis auf die Bedeutung von Büchern gewertet werden. In der Schweiz sind es hingegen 32 Prozent und in Deutschland lediglich 29 Prozent, die im Bereich der Informationsbuchgattungen auf Hardcover zurückgreifen würden. Mit über 60 Prozent würde hier eher das Taschenbuch bevorzugt. Aber auch im Bereich der Unterhaltung präferieren Österreicher das Format Hardcover, in Deutschland sind es 21 Prozent, in der Schweiz 20 Prozent. Im Vergleich zur Informationslektüre ist bei Unterhaltungsbüchern auch das Hörbuch als Alternative zu betrachten. In Deutschland äußern 8 Prozent, dass sie mittels dieses Mediums unterhalten werden wollen. In Österreich sind es 5 Prozent und in der Schweiz lediglich 3 Prozent der Befragten.

E-Books bekannt, aber noch wenig genutzt Das neue Format der E-Books ist zwar bekannt (ein Drittel der Bevölkerung hat schon einmal von E-Books gehört), aber die aktuellen Nutzungszahlen liegen noch eher auf geringem Niveau. (10) Aus diesem Grund wurde in der vorliegenden Lesestudie gefragt, ob sich die Menschen vorstellen können, in ihrer Freizeit in den nächsten zwölf

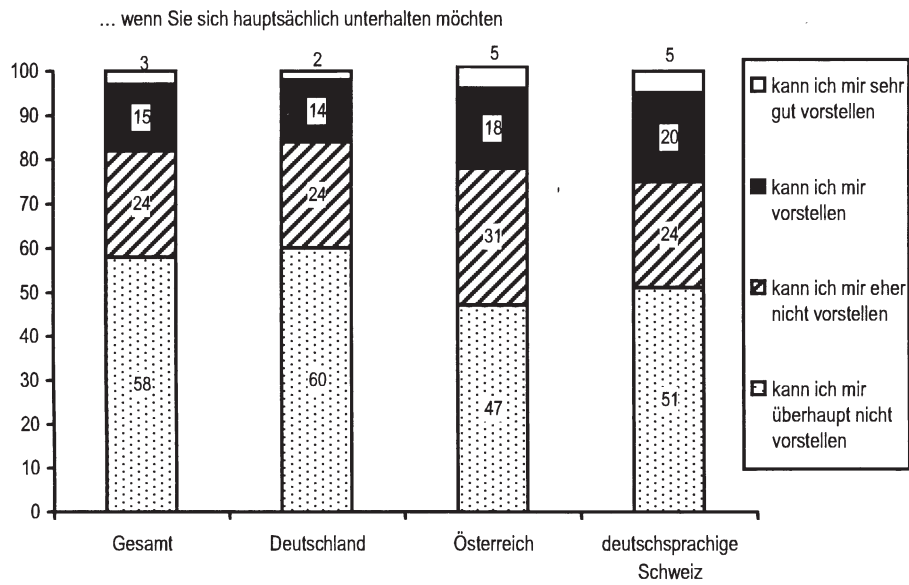
Monaten Bücher in Form eines E-Books (am Computer oder mit speziellem Lesegerät) zu lesen. Differenziert wurde dabei, ob es darum geht, sich mittels eines Buchinhalts zu informieren oder zu unterhalten. Grundsätzlich zeigt sich hier noch eher eine Zurückhaltung, was die Nutzung von E-Books angeht. Die Werte für „kann ich mir eher nicht vorstellen“ sowie „kann ich mir überhaupt nicht vorstellen“ liegen immer über 50 Prozent (vgl. Abbildungen 9 und 10). Einschränkend muss bemerkt werden, dass zum Zeitpunkt der Befragung noch keine elektronischen Lesegeräte im Handel verfügbar waren. Am ehesten würde das E-Book zum Zweck der Information genutzt. Die positivere Einstellung zum digitalen Buch als Informationsmedium geht mit dem bisherigen Nutzungsverhalten von Onlinern konform. Das Internet wird vorrangig zur Information und Orientierung genutzt: aktuelle Nachrichten, Informationen aus Wissenschaft, Forschung und Bildung sowie Freizeitinformationen und Veranstaltungstipps sind die am häufigsten aufgerufenen Onlineinhalte. (11)

31 Prozent der Deutschen, Österreicher und Schweizer können sich vorstellen oder sehr gut vorstellen, E-Books zu nutzen, um sich zu informieren. Dem gegenüber geben dies in Bezug auf Unterhaltungsliteratur lediglich 18 Prozent zu Protokoll. Am aufgeschlossensten gegenüber E-Books sind die Österreicher: 45 Prozent denken darüber nach, E-Books

Interesse an E-Books eher im Zusammenhang mit Information

Abb. 9 Einstellung zu E-Books nach Ländern 2009

Können Sie sich vorstellen, in Ihrer Freizeit in den nächsten zwölf Monaten Bücher in Form eines E-Books (am Computer oder mit speziellem Lesegerät) zu lesen?, in %

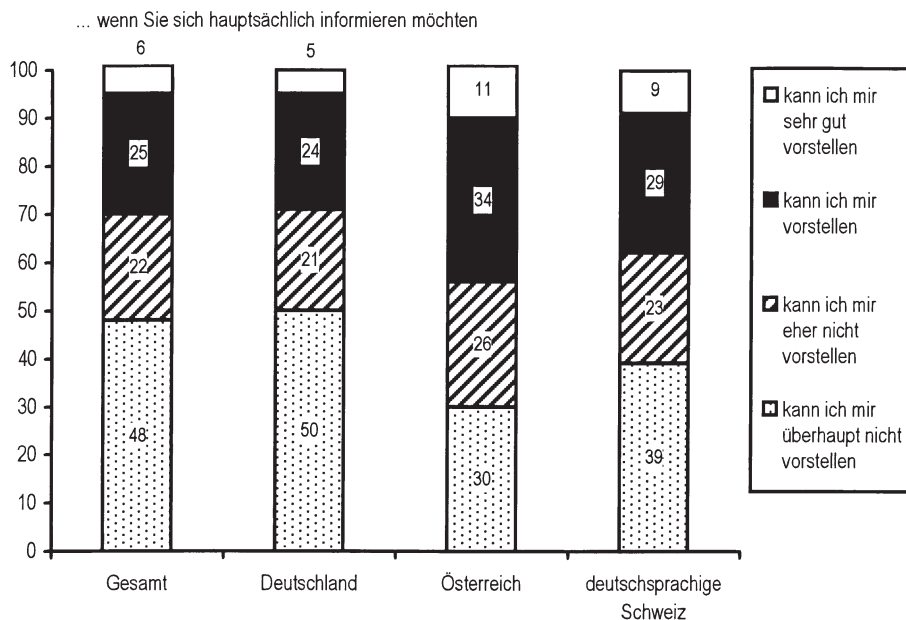


Basis: 1 733 Personen repräsentativ für 73,85 Millionen deutschsprachige Personen in Deutschland, Österreich und Schweiz.

Quelle: Börsenverein des Deutschen Buchhandels e.V.

Abb. 10 Einstellung zu E-Books nach Ländern 2009

Können Sie sich vorstellen, in Ihrer Freizeit in den nächsten zwölf Monaten Bücher in Form eines E-Books (am Computer oder mit speziellem Lesegerät) zu lesen?, in %



Basis: 1 733 Personen repräsentativ für 73,85 Millionen deutschsprachige Personen in Deutschland, Österreich und Schweiz.

Quelle: Börsenverein des Deutschen Buchhandels e.V.

④ **Bevorzuge Buchformate 2009**

Welches Format bevorzugen Sie zur Unterhaltung oder zur Information?, in %

	Deutschland	Österreich	deutschsprachige Schweiz
wenn Sie sich hauptsächlich unterhalten möchten			
Hardcover	21	26	20
Taschenbuch	71	69	77
Hörbuch	8	5	3
wenn Sie sich hauptsächlich informieren möchten			
Hardcover	29	44	32
Taschenbuch	68	54	67
Hörbuch	2	2	1

Basis: 1 733 Personen repräsentativ für 73,85 Millionen deutschsprachige Personen in Deutschland, Österreich und Schweiz.

Quelle: Börsenverein des Deutschen Buchhandels e.V.

⑤ **Stellenwert der Medien nach Nutzertypen 2009**

Auf welches dieser genannten Medien könnten Sie am wenigsten verzichten?, in %

	Unterhaltungsorientierte Leseratten	E-Book-interessierte Internet-Freaks	Entspannungssuchende Vielseher	Konservative Zeitungsleser	Fantasy-begeisterte Online-Leser	Regelmäßige Radiohörer	Leseaverse Fernsehfans
Tageszeitungen	4	5	9	37	6	15	12
Zeitschriften/Illustrierte	1	0	2	1	0	1	2
Fernsehen	11	7	46	25	25	18	32
Radio	9	1	2	7	10	34	10
Internet	18	69	23	14	49	14	38
Bücher	57	16	17	15	8	15	2
Hörbücher	1	1	2	2	2	3	4

Basis: 1 733 Personen repräsentativ für 73,85 Millionen deutschsprachige Personen in Deutschland, Österreich und Schweiz.

Quelle: Börsenverein des Deutschen Buchhandels e.V.

zu nutzen, wenn sie sich informieren möchten (zum Vergleich: Deutschland 29%; Schweiz 38%). Diese Vorreiterposition verliert Österreich jedoch an die Schweiz im Bereich der Unterhaltung – wengleich auf deutlich niedrigerem Niveau. Hier sind es 23 Prozent, die ein E-Book nutzen würden, wenn sie sich hauptsächlich unterhalten wollen, in der Schweiz sind es mit 25 Prozent 3 Prozentpunkte mehr. Deutlich abgeschlagen sind mit 16 Prozent die Deutschen. Die zurückhaltende Einstellung der Deutschen zum E-Book zeigte sich auch in einer Studie, die die Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) im Januar 2009 zum Thema E-Books bei repräsentativ 10 000 Personen durchgeführt hat. (12) Nur 4 Prozent der Deutschen konnten sich zum Zeitpunkt der Befragung vorstellen, in nächster Zukunft ein E-Book zu kaufen.

Aus dem unterschiedlichen Stellenwert, den Bücher oder E-Books bei den Rezipienten haben (im Vergleich mit unterschiedlichen Wertschätzungen der anderen Medien) lassen sich für den deutschsprachigen Raum insgesamt sieben Mediennutzungstypen beschreiben. (13)

Medientypen im deutschsprachigen Raum

Betrachtet man die in der vorliegenden Untersuchung gebildeten Mediennutzungstypen für die drei Länder, so zeigen sich sieben unterschiedliche

Gruppierungen: „Unterhaltungsorientierte Leseratten“; „E-Book-interessierte Internet-Freaks“, „Entspannungssuchende Vielseher“, „Konservative Zeitungsleser“, „Fantasy-begeisterte Onlineleser“, „Regelmäßige Radiohörer“, „Leseaverse Fernsehfans“ (vgl. Abbildung 11).

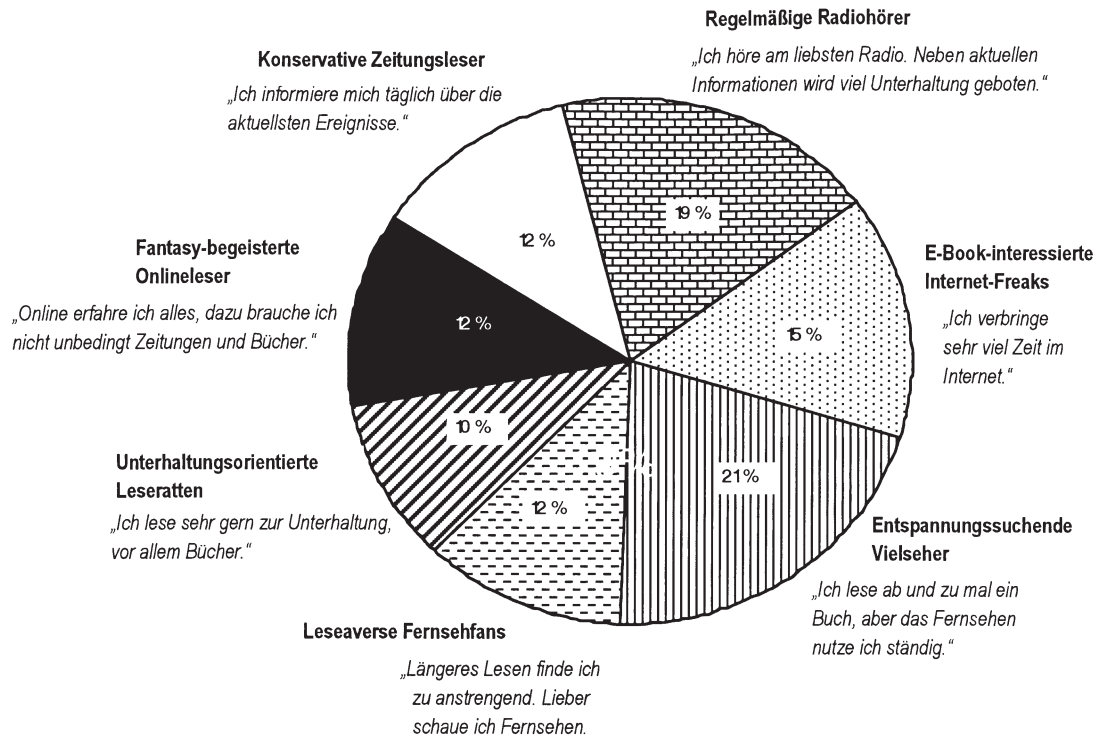
Zu den Unterhaltungsorientierten Leseratten, die 9,7 Prozent der Bevölkerung in Deutschland, Österreich und der Schweiz umfassen, zählen überwiegend Frauen, die in den letzten zwölf Monaten durchschnittlich 26 Bücher gelesen haben und sich mehr als acht Stunden pro Woche Büchern zuwenden. Dies zeigt bereits, dass sich ihr Leseinteresse auf Bücher fokussiert, Printmedien wie Tageszeitungen oder Zeitschriften sind für sie weniger interessant. Das Medium Fernsehen wird von den Unterhaltungsorientierten Leseratten stärker als im Bevölkerungsdurchschnitt der drei Länder mit Attributen wie „langweilig“ kommentiert. Auf die Frage nach dem Medium, auf das sie am wenigsten verzichten könnten, nannten mehr als die Hälfte (57%) Bücher (vgl. Tabelle 5).

Die Unterhaltungsorientierten Leseratten haben überdurchschnittlich viel Freude an schönen Büchern und betrachten Bücherregale als wichtigen Bestandteil ihrer Wohnung (vgl. Abbildungen 12 und 13). (14) Bücher sind für sie auch eine Art Statussymbol. Vor diesem Hintergrund überrascht es nicht, dass sie überdurchschnittlich bereit sind, für Bücher

„Unterhaltungsorientierte Leseratten“

Sieben Nutzergruppen gebildet

Abb. 11 Die sieben Nutzungstypen in den drei Ländern 2009



Basis: 1 733 Personen repräsentativ für 73,85 Millionen deutschsprachige Personen in Deutschland, Österreich und Schweiz.

Quelle: Börsenverein des Deutschen Buchhandels e.V.

mit einer besonderen Ausstattung mehr Geld auszugeben. Allerdings kommt es auf Grund der Vielzahl an Büchern, die sie besitzen, auch vor, dass sie diese einmal tauschen oder weitergeben. Deutlich unterdurchschnittlich äußern sie entsprechend ihrer Leseaffinität, dass längeres Lesen anstrengend sei. Dabei lesen sie etwas weniger gern online und greifen eher auf die klassischen Editionsformen – und hier insbesondere auf Hardcover – zurück.

„E-Book-interessierte Internet-Freaks“

Im Gegensatz zu den Unterhaltungsorientierten Leseratten, die sich – noch – eher skeptisch zum E-Book als neue Form der Vermittlung von Inhalten äußern, steht die Gruppe der E-Book-interessierten Internet-Freaks, die 14,7 Prozent der Bevölkerung in Deutschland, Österreich und der Schweiz umfasst. Hierzu zählen Männer und Frauen bis unter 50 Jahren, die meist über fünf Stunden pro Tag im Internet surfen. Vor diesem Hintergrund ist es verständlich, dass 69 Prozent von ihnen sagen, am wenigsten auf das World Wide Web verzichten zu können. Für sie gilt das Fernsehen – im Vergleich zum Bevölkerungsdurchschnitt – als „verstaubt“, „passiv“ oder „primitiv“. Durchschnittlich lesen sie neun Bücher pro Jahr, wobei sie eine hohe Affinität zu Infotainment besitzen. Für sie ist vor allem die Nutzung informativer Inhalte am Computer bzw. an speziellen Lesegeräten gut vorstellbar – grundsätzlich sind sie eher positiv gegenüber E-Books eingestellt. Dementsprechend lässt sich festhalten, dass sie nicht in dem Maße wie beispielsweise die Unterhaltungsorientierten Leseratten an das gedruck-

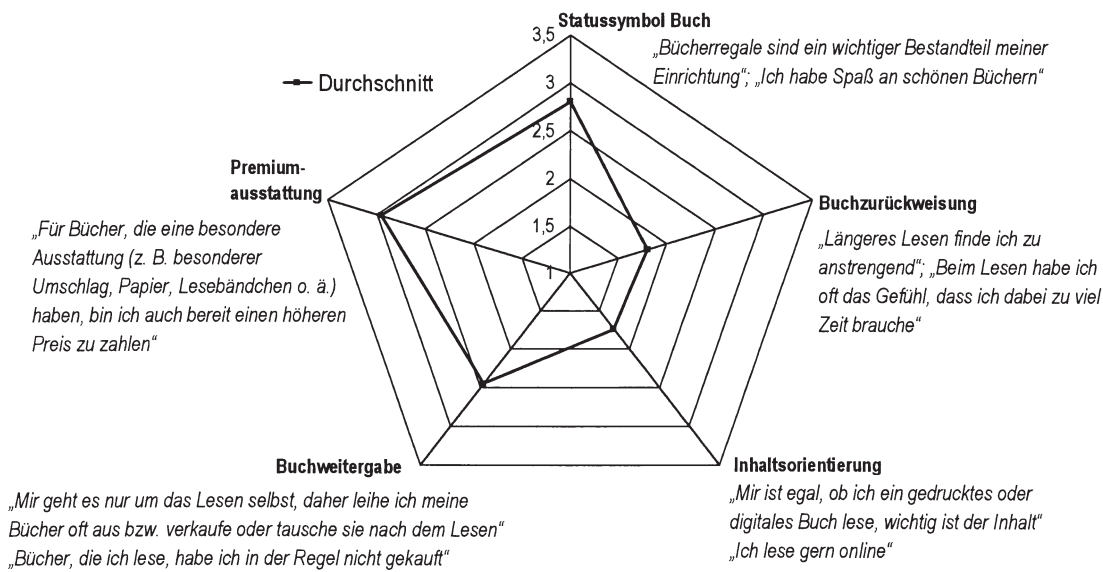
te Buch gebunden sind. Entsprechend überdurchschnittlich ist auch der Wert für die Dimension „Inhaltsorientierung“ ausgeprägt. Für sie geht Inhalt vor Format, sie lesen auch gerne online: 38 Prozent der E-Book-interessierten Internet-Freaks können sich vorstellen, E-Books zu lesen, wenn sie sich unterhalten möchten und mehr als die Hälfte (56%) äußert, dass es für sie denkbar sei, E-Books zu nutzen, wenn sie sich informieren möchten (vgl. Abbildungen 14 und 15).

Ist für die E-Book-interessierten Internet-Freaks das Fernsehen deutlich nachrangig, ist es für die Entspannungssuchenden Vielseher das zentrale Medium in ihrer Freizeit. Zu dieser mit 21 Prozent anteilmäßig stärksten Gruppe gehören hauptsächlich Frauen, die sich über alle Altersgruppen hinweg in etwa gleich verteilen. Sie verbringen täglich etwa dreieinhalb Stunden vor dem Fernseher und könnten am wenigsten auf das Fernsehen verzichten (46%). Für sie gilt das Fernsehen als modern und trägt in hohem Maße zur Entspannung bei. Vor diesem Motivationshintergrund des Lesens äußern sie entsprechend unterdurchschnittlich oft, dass die Lektüre von Büchern zu anstrengend sei. Ihr Leseverhalten ähnelt in Bezug auf die Intensität dem der E-Book-interessierten Internet-Freaks (zehn

„Entspannungssuchende Vielseher“

Abb. 12 Besitz- und Ausstattungsdimensionen Buch 2009

Durchschnitt aller Nutzertypen



Basis: 1 733 Personen repräsentativ für 73,85 Millionen deutschsprachige Personen in Deutschland, Österreich und Schweiz.

Quelle: Börsenverein des Deutschen Buchhandels e.V.

Bücher pro Jahr). Allerdings interessieren sie sich für andere Inhalte: Es wird zur Entspannung gelesen, und das besondere Interesse gilt Liebesromane. Diese Inhalte möchten sie in gedruckter Form rezipieren – sie haben eine eher skeptische Haltung gegenüber E-Books. Dies gilt vor allem für die Nutzung unterhaltender Inhalte. Hier sagen 86 Prozent, dass sie sich Unterhaltungsliteratur mittels E-Books nicht vorstellen können (zum Vergleich: 56% äußern, dass sie sich informierende Literatur nicht auf E-Books vorstellen können).

„Konservative Zeitungsleser“

Eine Gruppe, die sich dem Medium Zeitung verschrieben hat, sind die Konservativen Zeitungsleser mit 11,8 Prozent Bevölkerungsanteil. 37 Prozent der Angehörigen dieser Gruppe könnten nicht auf Tageszeitungen verzichten. Hier finden sich vor allem Männer zwischen 50 und 70 Jahren, die täglich etwa eine Stunde Zeitung lesen und darüber hinaus auch einen erhöhten Konsum von Zeitschriften bzw. Illustrierten aufweisen. Die Tageszeitung wird von ihnen überdurchschnittlich häufig als „aufregend“, „entspannend“, „modern“, „aktiv“ und „bequem im Umgang“ charakterisiert. Das Leseverhalten von Büchern entspricht mit zehn Büchern in der Freizeit ebenso wie bei den Entspannungssuchenden Vielsehern in etwa dem Durchschnitt in den drei Untersuchungsländern. Sie lesen insbesondere zur Information und haben daher eine hohe Affinität zu Nachschlagewerken, Sachbüchern und Reiseführern, wobei sie Bücher

überdurchschnittlich häufig als „modern“ und „niveauvoll“ beschreiben. Auf Grund ihrer Hinwendung zu Druckerzeugnissen – beispielsweise schätzen sie gedruckte Bücher, die gut ausgestattet sind (die Werte für die Items „Statussymbol Buch“ und „Premiumausstattung“ sind überdurchschnittlich ausgeprägt) – haben sie eine eher ablehnende Haltung gegenüber Hörbüchern und sind kritisch gegenüber E-Books eingestellt.

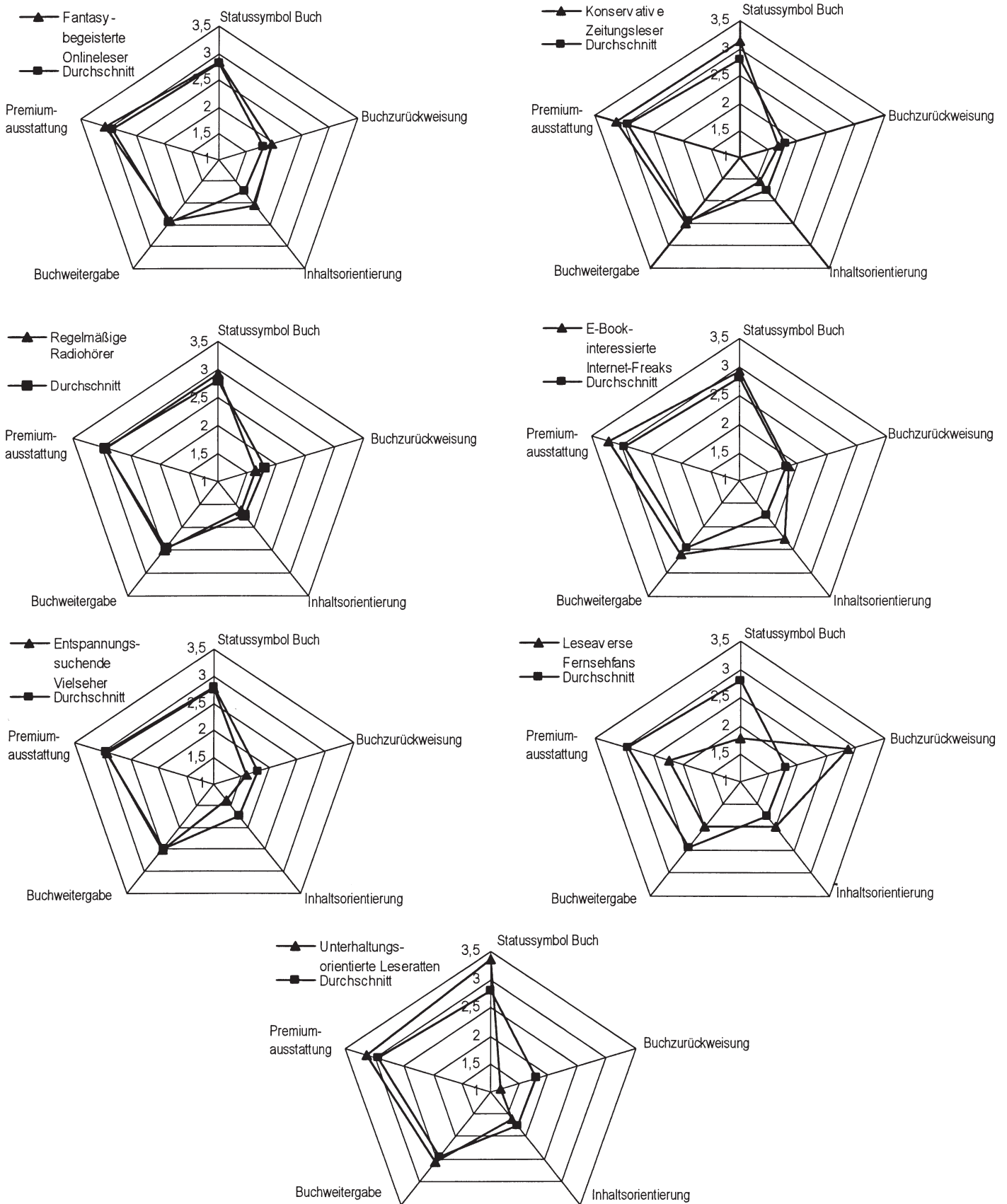
Neben den Internet-Freaks ist auch die Gruppe der Fantasy-begeisterten Online-Leser sehr aufgeschlossen gegenüber E-Books. Das Item „Inhaltsorientierung“ ist überdurchschnittlich stark ausgeprägt. Besonders Männer bis unter 40 Jahre lesen gerne online bzw. sagen, dass ihnen der Inhalt und nicht die Editionsform von Büchern wichtig sei. Besonders beliebt ist das Genre Comics/Mangas ebenso wie das Genre Fiction bzw. Fantasy. Gedruckte Bücher haben für diese Menschen keinen besonderen Wert (Item „Statussymbol Buch“ liegt im Durchschnitt) und werden eher als unpraktisch angesehen. Überdurchschnittlich häufig wird ihnen das Attribut „aufwendig“ zugewiesen. Hörbücher sind bei dieser Gruppe insbesondere bei unterhaltenden Inhalten von Interesse.

„Fantasy-begeisterte Online-Leser“

19 Prozent der Deutschen, Österreicher und Schweizer sind Radio-Begeisterte. Unterhalten lassen sich die Regelmäßigen Radiohörer vor allem vom Radio, das in dieser Gruppe das mit Abstand am häufigsten genutzte Medium ist (durchschnittlich sechseinhalb Stunden täglich). Auch bei dieser Gruppe ist die Lesehäufigkeit durchschnittlich ausgeprägt (neun Bücher pro Jahr). Gelesen wird vor

„Regelmäßige Radiohörer“

Abb. 13 Besitz- und Ausstattungsdimensionen Buch nach Nutzertypen 2009

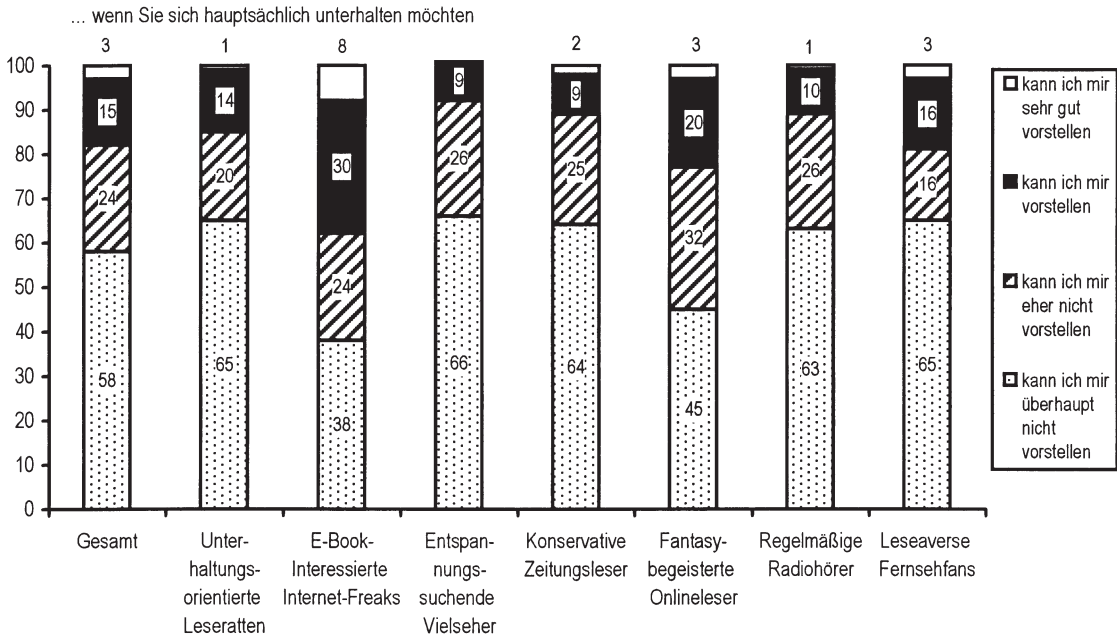


Basis: 1 733 Personen repräsentativ für 73,85 Millionen deutschsprachige Personen in Deutschland, Österreich und Schweiz.

Quelle: Börsenverein des Deutschen Buchhandels e.V.

Abb. 14 Einstellung zu E-Books nach Nutzertypen 2009

Können Sie sich vorstellen, in Ihrer Freizeit in den nächsten zwölf Monaten Bücher in Form eines E-Books (am Computer oder mit speziellem Lesegerät) zu lesen?, in %

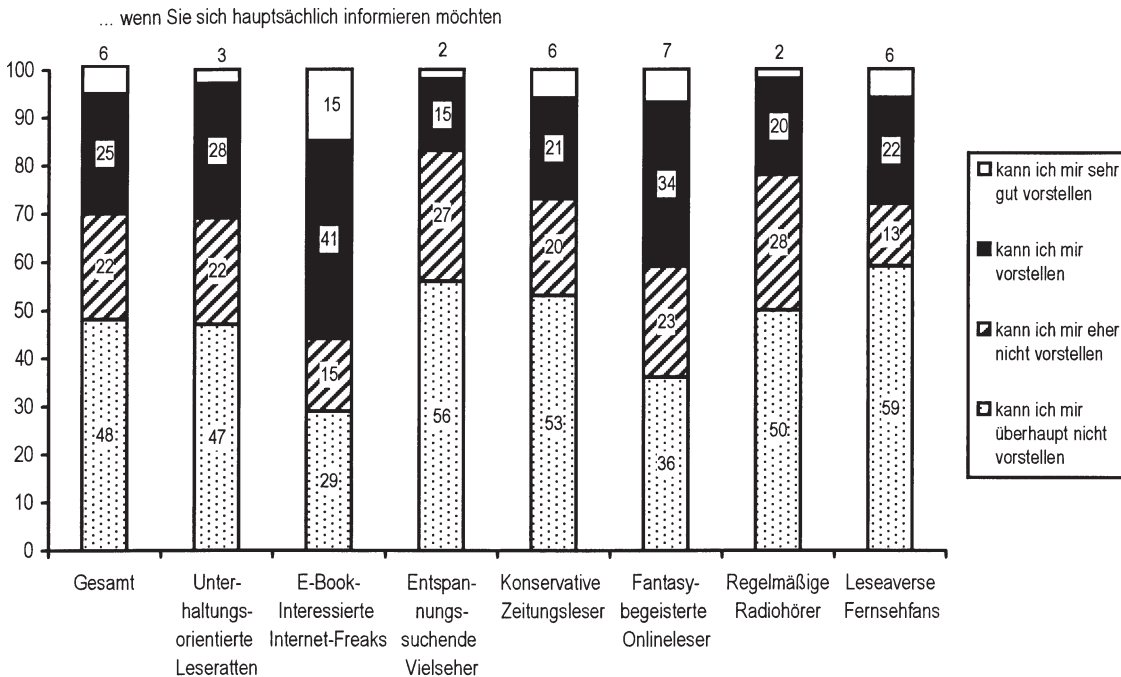


Basis: 1 733 Personen repräsentativ für 73,85 Millionen deutschsprachige Personen in Deutschland, Österreich und Schweiz.

Quelle: Börsenverein des Deutschen Buchhandels e.V.

Abb. 15 Einstellung zu E-Books nach Nutzertypen 2009

Können Sie sich vorstellen, in Ihrer Freizeit in den nächsten zwölf Monaten Bücher in Form eines E-Books (am Computer oder mit speziellem Lesegerät) zu lesen?, in %



Basis: 1 733 Personen repräsentativ für 73,85 Millionen deutschsprachige Personen in Deutschland, Österreich und Schweiz.

Quelle: Börsenverein des Deutschen Buchhandels e.V.

⑥ Verteilung der Nutzertypen in den Ländern 2009

in %

	Gesamt	Deutschland	Österreich	deutschsprachige Schweiz
Unterhaltungsorientierte Leseratten	9,7	9,9	8,3	8,6
E-Book-Interessierte Internet-Freaks	14,7	14,4	18,4	13,0
Entspannungssuchende Vielseher	21,0	22,3	12,9	14,4
Konservative Zeitungsleser	11,8	12,0	8,8	13,1
Fantasy-begeisterte Onlineleser	11,5	10,7	18,1	13,4
Regelmäßige Radiohörer	19,0	18,4	20,8	26,1
Leseaverse Fernsehfans	12,3	12,3	12,7	11,3

Basis: 1 733 Personen repräsentativ für 73,85 Millionen deutschsprachige Personen in Deutschland, Österreich und Schweiz.

Quelle: Börsenverein des Deutschen Buchhandels e.V.

allein zur Entspannung. Entsprechend werden Bücher auch überdurchschnittlich häufig mit dem Attribut „entspannend“ belegt. Allerdings wird dies auf herkömmliche Art und Weise praktiziert: Lesen im Internet wird von den Regelmäßigen Radiohörern, zu denen vor allem Frauen zwischen 40 und 60 Jahren zählen, eher abgelehnt.

„Leseaverse Fernsehfans“

Menschen, die Büchern gegenüber eher zurückhaltend eingestellt sind, aber das Fernsehen als ein besonders „aufregendes“, „aktives“ Medium beschreiben, sind insbesondere Männer, die jedoch nicht einer bestimmten Altersgruppe zugeordnet werden können und vielmehr über alle Altersgruppen gleich verteilt sind. Diese Leseaversen Fernsehfans, die 12,3 Prozent der Bevölkerung im deutschsprachigen Raum ausmachen, lesen etwa eine Viertelstunde pro Woche in einem Buch und haben daneben auch eine unterdurchschnittliche Nutzung von Zeitschriften bzw. Illustrierten sowie Hörbüchern. Bücher werden von ihnen als „langweilig“, „anstrengend“ und „verstaubt“ angesehen, die „aufwendig im Umgang“ sind. Pro Jahr lesen sie lediglich ein Buch. Sie nutzen Bücher weder zur Unterhaltung noch zur Information – sicherlich auch, da Lesen als zu anstrengend und zu zeitaufwendig empfunden wird. Zudem werden gedruckte Bücher als unpraktisch angesehen. Bücher haben für Leseaverse Fernsehfans keinen Wert als Statussymbol.

Nutzungstypen nach Ländern

Unterhaltungsorientierte Leseratten sind überdurchschnittlich oft in Deutschland zu finden. 9,9 Prozent der Deutschen lassen sich der Gruppe mit hoher Lesebegeisterung zuordnen (vgl. Tabelle 6). Unterdurchschnittlich oft finden sich diese leseaffinen Entertainment-Fans in Österreich und der Schweiz (8,3% bzw. 8,6%).

Die E-Book-interessierten Internet-Freaks sind besonders in Österreich stark vertreten. Sind es hier 18,4 Prozent in der Bevölkerung, liegen die Werte in Deutschland bei 14,4 Prozent und in der Schweiz bei 13 Prozent.

Größte Gruppe sind die Entspannungssuchenden Vielseher

Die größte Gruppe in den drei Ländern bilden jedoch die Entspannungssuchenden Vielseher, für die das Fernsehen das zentrale Freizeitmedium darstellt. Über alle drei Länder hinweg sind es 21 Pro-

zent, die dieser Gruppe zuzuordnen sind. Überdurchschnittlich oft finden sich die Entspannungssuchenden Vielseher allerdings nur in Deutschland (22,3%) – korrespondierend mit der hohen Fernsehnutzung. In der Schweiz sind es 14,4 Prozent, in Österreich liegt der Wert bei 12,9 Prozent.

Die Konservativen Zeitungsleser machen 11,8 Prozent aus und sind wiederum in Österreich mit 8,8 Prozent am geringsten vertreten. Hier liegt die Schweiz mit 13,1 Prozent auf der Spitzenposition vor Deutschland mit 12,0 Prozent. Bei den Fantasy-begeisterten Onlinelesern sind es die Österreicher, die mit 18,1 Prozent weit überdurchschnittlich vertreten sind (Durchschnitt über die Länder: 11,5%). Deutschland liegt hier unterdurchschnittlich mit 10,7 Prozent auf Rang 3.

Radio hört man dagegen besonders gerne in der Schweiz, wie die allgemeine Betrachtung der Medienpräferenzen in den drei untersuchten Ländern bereits verdeutlichte. Die Gruppe der Regelmäßigen Radiohörer ist in der Schweiz mit 26,1 Prozent vertreten. Deutlich geringer ist der Wert in Österreich (20,8%) und Deutschland (18,4%). Die Leseaversen Fernsehfans sind in allen Ländern etwa gleich repräsentiert (im Durchschnitt 12,3%). Die geringste Ausprägung dieser Gruppe findet sich in der deutschsprachigen Schweiz (11,3%).

Fazit

Lesen ist immer noch eine der beliebtesten Freizeitbeschäftigungen. Fast eine halbe Stunde täglich (27 Minuten) wird mit dem Lesen von Büchern zugebracht. (15) Das Medium Buch kann sich vor dem Hintergrund der elektronischen und neuen digitalen Medien gut behaupten. Allerdings können zwei Entwicklungen beobachtet werden: Während das Hauptmotiv Unterhaltung und Entspannung sich konstant hält, verlieren praktische Motive wie Rat holen, Allgemeinbildung oder Aus- und Weiterbildung an das schnellere und kostengünstigere Internet. (16)

Konservative Zeitungsleser am stärksten in der Schweiz vertreten

Lesen ist immer noch beliebte Freizeitbeschäftigung

E-Book spielt noch marginale Rolle

Studien zeigen aber auch, dass sich das Medium Buch mit „neuen“ Medien wie dem Internet verknüpfen lässt. So verdeutlicht etwa die Lesestudie des Börsenvereins des Deutschen Buchhandels und der ZDF-Medienforschung aus dem Jahr 2007, dass viele Leser bereits das Internet nutzen, um sich über Bücher zu informieren. (17) Dieses bildet noch die zentrale Komponente im Bereich von Medienkombinationen. Das E-Book spielt hier zurzeit noch eine untergeordnete Rolle. Im Moment können sich die Konsumenten eher eine internetverwandte Nutzung von E-Books vorstellen, das heißt eher zur Information als zur Unterhaltung. Für den Bereich der Unterhaltung hat das gedruckte Buch noch einen klaren Vorteil. Aufgrund der besonderen Stellung des gedruckten Buches ist mit einer rasanten Digitalisierung vorerst nicht zu rechnen. (18) So geht die GfK Panel Services Deutschland für das Jahr 2012 von einem Anteil der E-Books von 3 bis 8 Prozent am Umsatzvolumen im Buchmarkt aus. (19) Wie es sich entwickeln wird, wenn die mit dem PC aufwachsenden Generationen kaufkräftig werden oder neue anwendungsfreundlichere Technologien vorhanden sind, bleibt abzuwarten.

Insgesamt sind Bücher nach wie vor sehr beliebt in der deutschsprachigen Bevölkerung – sicherlich nicht zuletzt auch deshalb, weil Bücher nach dem Internet als das aufregendste, aktivste und grenzenloseste Medium mit dem höchsten Niveau empfunden werden.

Anmerkungen:

- 1) Vgl. zum Beispiel Kochhan, Christoph/Kristiane Schengbier: Bücher und Lesen im Kontext unterschiedlicher Lebenswelten. Nutzung und Bedeutung von Büchern im Medienvergleich unter Berücksichtigung webbasierter Alternativen. In: Media Perspektiven 12/2007, S. 622-633; vgl. hierzu auch Stiftung Lesen (Hrsg.): Lesen in Deutschland 2008 (im Druck).
- 2) Die Grundgesamtheit umfasst 73,85 Millionen deutschsprachige Menschen (3,86 Mio deutschsprachige Schweizer 15 bis 74 Jahre, 6,14 Mio Österreicher 10 bis 65 Jahre und 63,83 Mio Deutsche ab 10 Jahren).
- 3) Vgl. hierzu etwa Börsenverein des Deutschen Buchhandels (Hrsg.): Buch und Buchhandel in Zahlen 2008. Frankfurt am Main 2008, S. 14.
- 4) Vgl. für Deutschland auch die Befunde aus der Studie Massenkommunikation in: Fritz, Irina/Walter Klingler: Medienzeitbudgets und Tagesablaufverhalten: Ergebnisse auf Basis der ARD/ZDF-Studie Massenkommunikation 2005. In: Media Perspektiven 4/2006, S. 222-234.

- 5) Die AGF/GfK-Fernsehforschung liefert für 2008 einen Wert von 207 Minuten, der einen leichten Rückgang von 2007 auf 2008 widerspiegelt; vgl. hierzu Zubayr, Camille/Heinz Gerhard: Tendenzen im Zuschauerverhalten. Fernsehgewohnheiten und Fernsehreichweiten im Jahr 2008. In: Media Perspektiven 3/2009, S. 98-112. Die unterschiedlichen Werte mögen, wie erwähnt, dem Untersuchungsdesign geschuldet sein. Die hier dargestellte Mediennutzungsdauer beruht auf Befragungen, das heißt auf Basis von Selbstauskünften. Die tägliche Mediennutzung mussten die Befragten schätzen. Fragestellung: „Bitte geben Sie an, wie viel Zeit Sie im Durchschnitt pro Tag während einer gewöhnlichen Woche mit ... verbringen“.
- 6) Die Internetreichweiten sind in den einzelnen Ländern wie folgt: Deutschland (ab 10 Jahren): 71 Prozent; Österreich (10-65 Jahre): 86 Prozent; Schweiz (15 bis 74 Jahre): 78 Prozent. Quelle: kontinuierliche Erhebungen der GfK Panel Services Deutschland. (Die ARD/ZDF-Onlinestudie weist laut einer Pressemitteilung vom 27.5.2009 für 2009 67,1 Prozent Online-nutzer ab 14 Jahren aus.)
- 7) Dehm, Ursula/Christoph Kochhan/Sigrid Beeske/Dieter Storll: Bücher – „Medienklassiker“ mit hoher Erlebnisqualität. Lese-Erlebnistypen und ihre Charakteristika. In: Media Perspektiven 10/2005, S. 521-534, hier S. 525.
- 8) Vgl. im Detail: Reitze, Helmut/Christa-Maria Ridder (Hrsg.): Massenkommunikation VII. Eine Langzeitstudie zur Mediennutzung und Medienbewertung 1964-2005. Baden-Baden 2006, S. 70ff.
- 9) Vgl. Börsenverein des Deutschen Buchhandels (Hrsg.) Buchkäufer und Leser. Profile, Motive, Wünsche. Band II, Frankfurt am Main 2008, S. 98.
- 10) Vgl. hierzu ebd., S. 157ff.
- 11) Vgl. für Deutschland van Eimeren, Birgit/Beate Frees: Internetverbreitung: Größter Zuwachs bei Silver-Surfern. Ergebnisse der ARD/ZDF-Onlinestudie 2008. In: Media Perspektiven 7/2008, S. 338.
- 12) GfK Panel Services Deutschland 2009.
- 13) Die Bildung der Segmente erfolgte mit einem zweistufigen Clusterverfahren. Zunächst wurde eine hierarchische Clusteranalyse mit der WARD-Methode durchgeführt. Dabei bilden alle Personen aus der Stichprobe ein Cluster und werden anschließend unterteilt. Als Kriterium für die Unterteilung wurden euklidische Distanzen als Abstandsmaße verwendet. Anschließend wurden die Segmente mit einem partitionierenden Verfahren (k-means) optimiert. Die Entscheidung für die Anzahl der Cluster erfolgte nach inhaltlichen Kriterien, Plausibilitätsüberlegungen und statistischen Kriterien (Homogenität/Heterogenität).
- 14) Die fünf Dimensionen sind aus einer Reduktion von 16 Items entstanden. Die Faktorenanalyse ist konservativ gerechnet (kleinere Werte als 0,4 werden unterdrückt). Extraktionsmethode ist eine Hauptkomponentenanalyse mit Varimax-Rotation.
- 15) Vgl. Kochhan/Schengbier (Anm. 1), S. 622.
- 16) Vgl. Börsenverein (Anm. 9), S. 6.
- 17) Vgl. Kochhan/Schengbier (Anm. 1), S. 630.
- 18) Vgl. GfK Panel Services Deutschland (2009): 89 Prozent der Befragten (die von E-Books schon einmal gehört oder gelesen haben (entspricht 35 % der deutschen Bevölkerung ab 10 Jahren) stimmen dem Item „Ich liebe gedruckte Bücher zu sehr, ein elektronisches Gerät reicht nicht an das Leseerlebnis heran“ zu bzw. voll und ganz zu.
- 19) Vgl. ebd.

