

15. März 2013
15/13

Pressedienst

Studie zeigt: Neue E-Book-Reader verändern Leseverhalten

E-Books werden seit Jahren beliebter – immer mehr Leserinnen und Leser greifen zu den Formaten auf modernen Lesegeräten. Bisher wurden die digitalen Versionen lediglich als Gefahr für gedruckte Bücher angesehen. Doch eine neue Studie des Instituts für Marketing und Medien der Universität Hamburg zeigt, dass durch die Verwendung von E-Book-Lesegeräten, insbesondere durch Tablets und deren Nutzungsmöglichkeiten, auch andere Medienprodukte vermehrt verdrängt werden.

Das Team um Prof. Dr. Michel Clement hat untersucht, wie andere Medienmärkte durch die zunehmende Nachfrage nach E-Books beeinflusst werden. Die Forscherinnen und Forscher stellten fest, dass das größte Veränderungspotenzial vor allem von der neuen Generation der E-Book-Lesegeräte ausgeht, die neben dem Lesen von E-Books eine alternative Nutzung zahlreicher digitaler Services ermöglichen, wie z.B. Social Networks und Online-Zeitungen.

Entsprechend ist die Verlockung groß, in bestimmten Situationen das Gerät nicht zum Lesen von E-Books zu nutzen, sondern im Internet zu surfen. „E-Books konkurrieren mit einer Vielzahl von Medienangeboten, z.B. Online-Zeitungen, die je nach den individuellen Bedürfnissen der Nutzerinnen und Nutzer in bestimmten Situationen dem E-Book vorgezogen werden“, fassen Dr. Edlira Shehu und Tim Prostka, die Initiatoren der Studie, die Ergebnisse zusammen. Somit laufen inzwischen die E-Books Gefahr, von den neuen Nutzungsmöglichkeiten verdrängt zu werden. Man spricht in diesem Fall von einer Kannibalisierung der E-Books durch die anderen Produkte.

Das Kannibalisierungspotenzial in der Buchbranche ist besonders hoch, da die bisherigen Lesegewohnheiten der traditionellen Buch-Vielleserinnen und -leser durch die neuen Möglichkeiten der Lesegeräte nachhaltig verändert werden. Für Verlage und Buchhandel ergeben sich hieraus Konsequenzen: Nur wenn es gelingt, E-Book-Angebote so zu konzipieren, dass sie im Wettbewerb um das beschränkte Zeitbudget der Leserinnen und Leser bestehen können, kann die Nachfrage nach Buchinhalten langfristig erhöht werden. Anderenfalls werden E-Book-Nutzerinnen und Nutzer ihre Geräte zukünftig weniger zum Lesen von E-Books nutzen, sondern auf alternative Angebote wie etwa Facebook zurückgreifen.

Neben der Eignung unterschiedlicher Medienaktivitäten und Produkte zur Befriedigung individueller Bedürfnisse haben sich Professor Dr. Michel Clement, Tim Prostka und Dr. Edlira Shehu auch mit der Konkurrenz zwischen E-Books und gedruckten Büchern befasst. Die Studie basiert auf einer repräsentativen Umfrage unter 1.015 E-Book-Leserinnen und -Lesern, die im Sommer 2012 initiiert wurde. Die Stichprobe ist gemäß Alter, Geschlecht und Einkommen repräsentativ für die Bundesrepublik Deutschland.

Für Rückfragen:

Dr. Edlira Shehu
Universität Hamburg
Institut für Marketing und Medien
Tel.: 040-42838-8723
E-Mail: edlira.shehu@uni-hamburg.de