

# Warum Audiobook?

Stand: Oktober 2021

WIR LIEFERN HIER DIE WICHTIGSTEN INFORMATIONEN ZU:

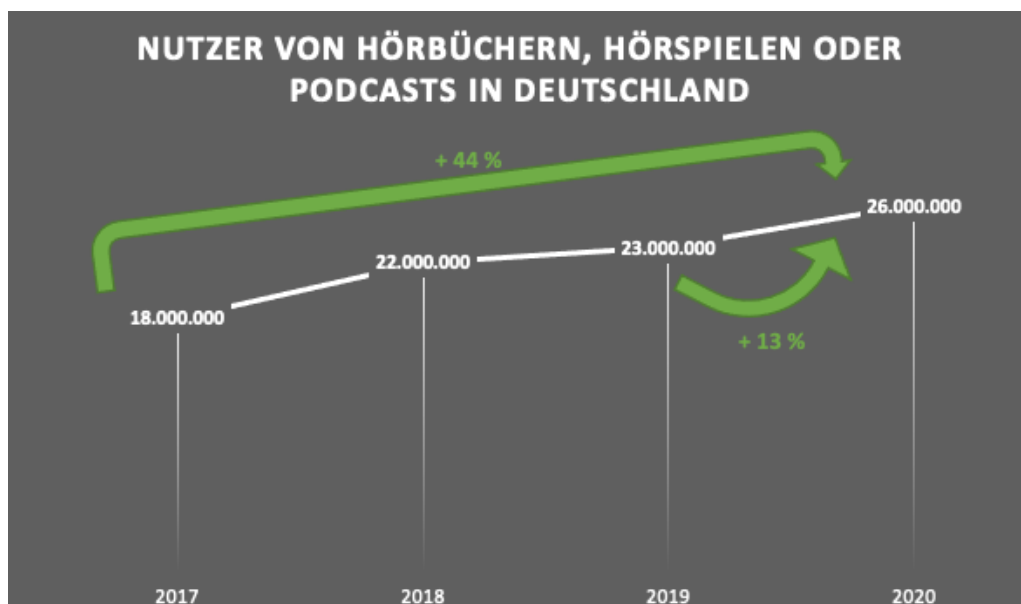
- I. DER ENTWICKLUNG DES AUDIO-MARKTS
- II. DER HÖRBUCH-NUTZUNG IM DEUTSCHSPRACHIGEN RAUM
- III. DER WECHSELWIRKUNG DER FORMATE
- IV. DER ZIELGRUPPE
- V. DEN VORTEILEN EINER PRODUKTION

# I. DIE ENTWICKLUNG DES AUDIO-MARKTS

Seit Mitte der 1990er Jahre ist der Umsatz des Hörbuchmarktes rapide gestiegen; allein von 1996 bis 1999 hat er sich verdreifacht. Auch im Jahr 2004 konnte eine Steigerung um 14,7 % gegenüber dem Vorjahr erreicht werden, womit der Umsatz der Branche bei ungefähr 60 Millionen Euro lag.<sup>1</sup> Zwar ist der Hörbuch-Anteil am vom deutschen Buchhandel erfassten Umsatz zwischen 2007 und 2019 wieder von 4,8 % auf 2,1 % gefallen, dieser Rückgang lässt sich aber eher mit neuen Geschäftsmodellen auf dem Audio-Markt (z. B. Streaming) als mit mangelndem Interesse an Audio-Inhalten erklären. Der sinkende Umsatz im Audio-Bereich ist nicht so dramatisch, wie es der Umsatzrückgang im Buchhandel erwarten lassen könnte.

Grund dafür ist der wachsende Anteil von Streaming- und Abo-Diensten. Das Beschaffungsverhalten verlagert sich vom physischen Produkt hin zum digitalen Produkt. So geht der Audio-Umsatz im Buchhandel zurück, da hier in der Regel stationäre Verkäufe erfasst werden. Währenddessen steigt aber der Anteil der Nutzer mit digitalem Zugang zu Hörbüchern stark und rapide an. Bereits 2018 wurden 30 % des Hörbuchumsatzes in Deutschland mit Audiostreaming erwirtschaftet – Tendenz steigend.<sup>2</sup> Betrachtet man die Absatzentwicklung im Hörbuchbereich, kann von einem Rückgang keine Rede sein. Ganz im Gegenteil zeigt sich hier von 2018 bis 2020 eine massive Steigerung.<sup>3</sup>

Der Marktforscher Kantar befragt seit 2016 im Auftrag des Audio-Anbieters Audible 2.000 Teilnehmer zur Hörbuch-Nutzung und erstellt auf dieser Grundlage eine Hochrechnung. Demnach ist Anzahl der Nutzer von Hörbüchern und -spielen oder Podcasts in nur 3 Jahren um 44 % gewachsen (von 18 Mio. in 2017 auf 26 Mio. in 2020).<sup>4</sup>



<sup>1</sup> Friederichs, Thomas & Hass, Berthold. (2006). Der Markt für Hörbücher. MedienWirtschaft. 3. 22-35. 10.15358/1613-0669-2006-3-22.

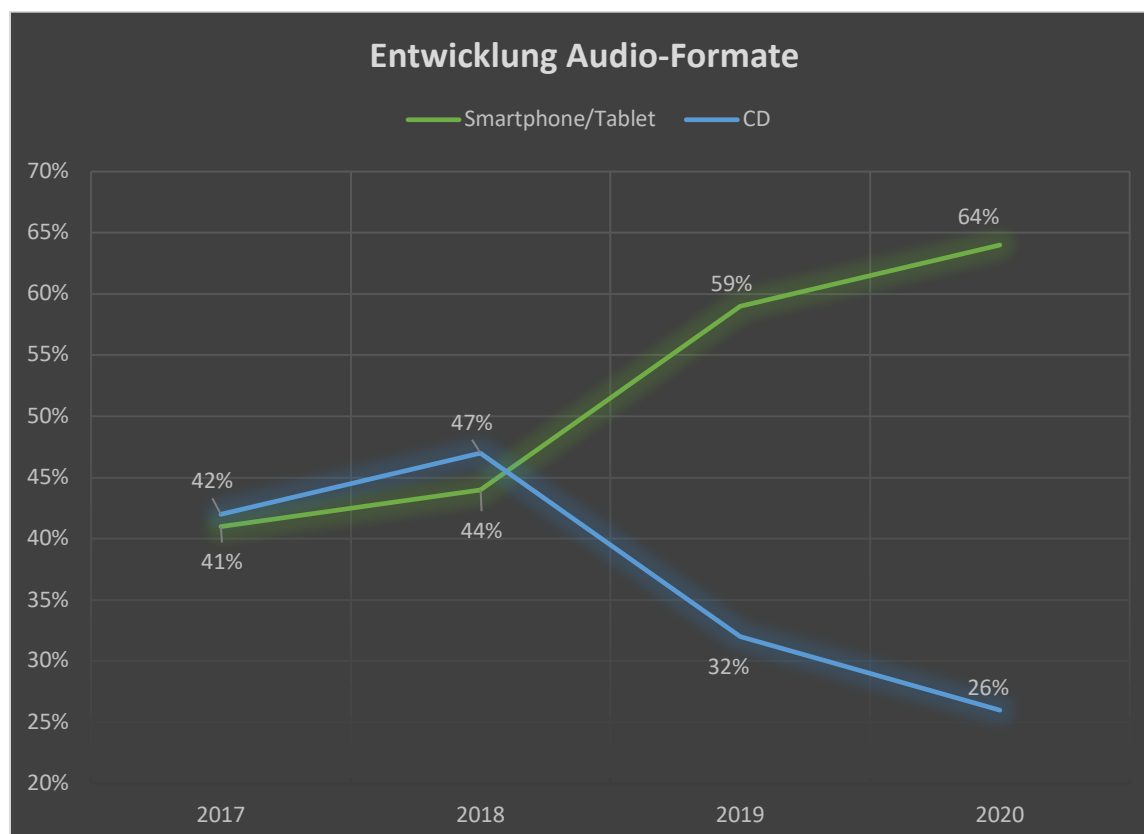
<sup>2</sup> <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/183138/umfrage/umsatzentwicklung-von-hoerbuechern-im-buchhandel-monatszahlen/> zuletzt aufgerufen am 22.07.2021

<sup>3</sup> [https://www.dropbox.com/s/7s0n58f4ozophiv/2021\\_Digital-Consumer-Book-Barometer\\_final\\_opt.pdf?dl=0](https://www.dropbox.com/s/7s0n58f4ozophiv/2021_Digital-Consumer-Book-Barometer_final_opt.pdf?dl=0) zuletzt aufgerufen am 27.07.2021

<sup>4</sup> [https://magazin.audible.de/audible-hoerkompass-2020/?gclid=Cj0KQCjwI\\_SHBhCQARIsAFIFRVWSFydINRHWJZ7yVktVSJ-V9KVNIO23iyVQEvUtOC4c4piQ2gYBxNAaAoJVEALw\\_wcB&source\\_code=GAWOR12604212090BN&ipRedirectOverride=true&ef\\_id=YP1jwAABGsMIUE:20210725131451:s](https://magazin.audible.de/audible-hoerkompass-2020/?gclid=Cj0KQCjwI_SHBhCQARIsAFIFRVWSFydINRHWJZ7yVktVSJ-V9KVNIO23iyVQEvUtOC4c4piQ2gYBxNAaAoJVEALw_wcB&source_code=GAWOR12604212090BN&ipRedirectOverride=true&ef_id=YP1jwAABGsMIUE:20210725131451:s) zuletzt aufgerufen am 22.07.2021

## II. HÖRBUCH-NUTZUNG IM DEUTSCHSPRACHIGEN RAUM

Im Jahr 2019 hat das digitale Hörbuch erstmals die CD als am häufigsten genutztes Format für Hörbücher überholt, und der digitale Trend hat sich auch 2020 fortgesetzt:

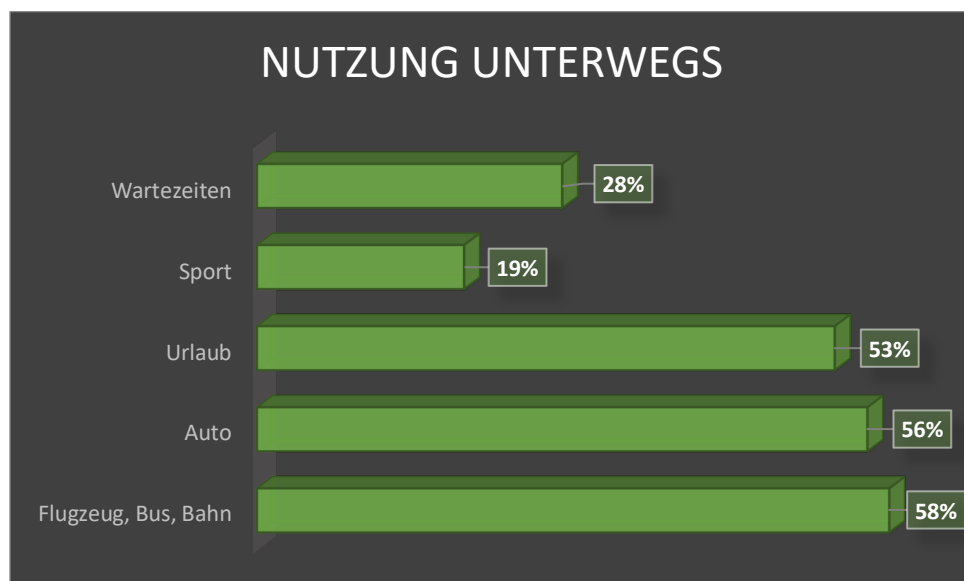
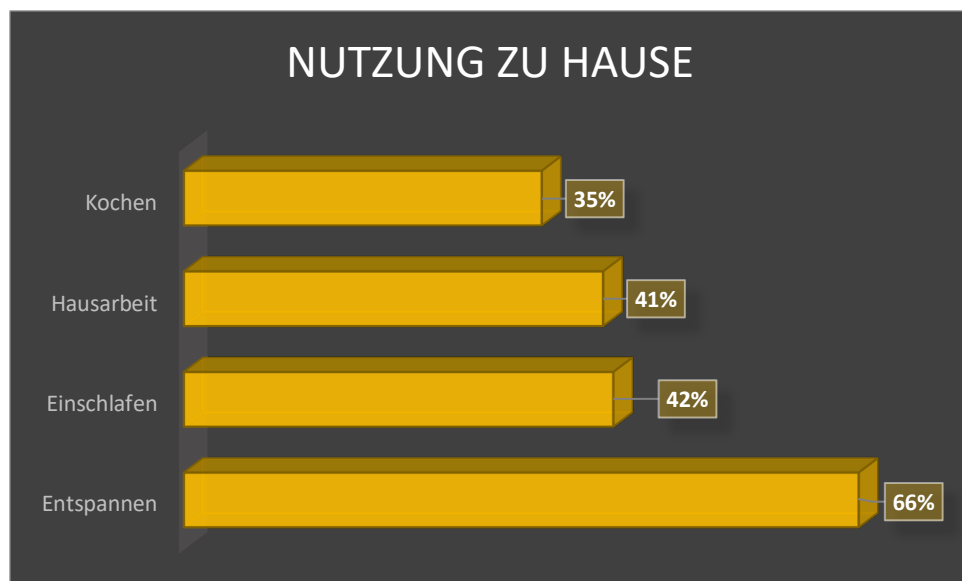


In Deutschland werden Bücher, E-Books und Hörbücher überwiegend zur Unterhaltung konsumiert. 81 % der Befragten gaben diesen Grund beim Lesen von Büchern und E-Books an, 74 % beim Hören von Audiobooks.<sup>5</sup>

---

<sup>5</sup> <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1189029/umfrage/nutzung-unterschiedlicher-buchformate-in-deutschland/> zuletzt aufgerufen am 22.07.2021

Kantar erfragte 2020 auch das Hörverhalten der Nutzer. Konkret wollten sie von den Befragten wissen, in welchen Alltagssituationen sie Audiobooks hören.<sup>6</sup>



Belletristik sowie Kinder- und Jugendbücher waren im Jahr 2020 mit Abstand die beiden Warengruppen mit den höchsten Anteilen am Hörbuchumsatz des Buchhandels. Belletristik

---

<sup>6</sup> [https://magazin.audible.de/audible-hoerkompass-2020/?gclid=Cj0KCQjwl\\_SHBhCQARIsAFIFRVWSFydINRHWJZ7yVktVSJ-V9KVNI023iyVQEyUtOC4c4plQ2gYBxNAaAoJVEALw\\_wcB&source\\_code=GAWOR12604212090BN&ipRedirectOVERRIDE=true&ef\\_id=YP1jyWAABGsMIUeE:20210725131451:s](https://magazin.audible.de/audible-hoerkompass-2020/?gclid=Cj0KCQjwl_SHBhCQARIsAFIFRVWSFydINRHWJZ7yVktVSJ-V9KVNI023iyVQEyUtOC4c4plQ2gYBxNAaAoJVEALw_wcB&source_code=GAWOR12604212090BN&ipRedirectOVERRIDE=true&ef_id=YP1jyWAABGsMIUeE:20210725131451:s) zuletzt aufgerufen am 22.07.2021

machte rund 42 % aus, während der Umsatzanteil von Kinder- und Jugendbüchern bei rund 41,6 % lag.<sup>7</sup>

In einer Umfrage im Jahr 2020 gaben in der deutschsprachigen Bevölkerung ab 14 Jahren rund 2,18 Millionen Personen an, die in den letzten 12 Monaten ein Hörbuch erworben zu haben.<sup>8</sup> Rund 1,54 Millionen der Befragten hören mehrmals in der Woche in der Freizeit Hörbücher oder Hörspiele.<sup>9</sup>

In Deutschland werden Bücher, E-Books und Hörbücher überwiegend zur Unterhaltung konsumiert. 81 % der Befragten gaben diesen Grund beim Lesen von Büchern und E-Books an, 74 % beim Hören von Audiobooks.<sup>10</sup>

---

<sup>7</sup> <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/169525/umfrage/buchmarkt---hoerbuch-umsatz-nach-warengruppen/> zuletzt aufgerufen am 27.07.2021

<sup>8</sup> <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/171234/umfrage/hoerbuecher-kauf-oder-kostenpflichtiger-download/> zuletzt aufgerufen am 22.07.2021

<sup>9</sup> <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/290912/umfrage/umfrage-zur-haeufigkeit-des-hoerens-von-hoerbuechern-und-hoerspielen-in-der-freizeit/> zuletzt aufgerufen am 22.07.2021

<sup>10</sup> <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1189029/umfrage/nutzung-unterschiedlicher-buchformate-in-deutschland/> zuletzt aufgerufen am 22.07.2021

### III. WECHSELWIRKUNGEN DER FORMATE

Nur noch ein Drittel der Nutzer:innen konsumiert ausschließlich gedruckte Medien. Bereits 40 % sind sogenannte „Multiformat-Nutzer:innen“, d. h. sie beziehen sowohl Printmedien als auch E-Books und Audiobooks. Lediglich 5 % lesen ausschließlich E-Books. 11 % Prozent bevorzugen die Kombination „Print und eBook“, 10 % hingegen „Print und Audiobook“. Besonders die Bündelungen „Print-Buch und Audiobook“ sowie „E-Book und Audiobook“ sind als Angebote attraktiv: 73% der befragten Digitalnutzer können sich vorstellen, eine Kombi „Print-Buch und Audiobook“ zu kaufen, sogar 80% die Kombi „E-Book und Audiobook“ – unter der Prämisse, dass die Kombi mit einem Bündelrabatt von 40% angeboten wird.<sup>11</sup>

### IV. ZIELGRUPPE

Digitale Inhalte werden vor allem von einer jüngeren Zielgruppe (Altersgruppe 18-44 Jahre) genutzt: 44 % geben an, in den vergangenen sechs Monaten E-Books gelesen zu haben (Altersgruppe 65+: 21 %), 43 % haben Audiobooks genutzt (Altersgruppe 65+: 14 %). Ein Ausgleich zwischen den Altersgruppen kann aber anhand ähnlicher Erfahrungswerte bei Film-Streaming-Angeboten erwartet werden. Jüngere Generationen haben größeres Interesse an digitalen Neuerungen und Angeboten. Aber je einfacher die Handhabung, desto schneller die Verbreitung in allen Altersgruppen. Das Phänomen gab es auch schon bei Netflix: Anfangs war das ein Kanal für Jüngere, hat sich dann aber immer mehr angeglichen.<sup>12</sup>

---

<sup>11</sup> <https://www.buchreport.de/news/studie-e-books-und-audiobooks-werden-immer-beliebter/> zuletzt aufgerufen am 27.07.2021

<sup>12</sup> <https://www.buchreport.de/news/studie-e-books-und-audiobooks-werden-immer-beliebter/> zuletzt aufgerufen am 27.07.2021

## V. VORTEILE EINER PRODUKTION

Audiobooks sprechen für sich; der Markt hierfür ist langlebiger als der für eBooks (vor allem bei preisgünstigeren eBooks). Gleichzeitig wächst der Markt stetig und etabliert sich immer mehr.

Im Gegensatz zum eBook-Markt ist die Konkurrenzichte im Audio-Markt noch überschaubar. Die Chancen, sich hier gut zu positionieren, sind somit um einiges höher. Je früher du anfängst, den Audio-Markt zu bespielen und deinen Katalog aufzubauen, desto größer deine Chancen – die richtige Zeit anzufangen ist also jetzt.

Laut [WAY](#) können Hörbücher im Schnitt ca. 30 % des Gesamtumsatzes zu einem Titel beitragen, der als E-Book bereits erfolgreich ist. Darüber hinaus stellt das Angebot eines Hörbuches zusätzlich zum E-Book und Print-Titel eine hervorragende Möglichkeit dar, neue Zielgruppen anzusprechen. Insbesondere Digital Natives nutzen die Audio-Angebote im Markt – hier vor allem Streaming-Modelle, die sie bereits durch die Nutzung von Spotify, Netflix & Co. gewohnt sind.<sup>13</sup> Die Zahl der potenziellen Kund:innen, die mit einem eBook / Buch bislang nicht erreicht werden konnten, ist bei Hörbüchern sehr viel größer. So ergeben sich neue Wege, Büchern und E-Books mehr Aufmerksamkeit zu verschaffen.

Durch die Wechselwirkungen der Formate und die Ausweitung der Sichtbarkeit eines Titels aufgrund der Verfügbarkeit des Audiobooks kann das Hörbuch zusätzlich die Verkäufe der anderen Formate steigern und somit über den reinen Audio-Umsatz hinaus zu einer Gewinnsteigerung führen.

Ein eigenes Hörbuch bringt gleichzeitig eine ganze Menge positiver Nebeneffekte mit sich: z. B. zeigt es den bisherigen Leser:innen eindeutig, dass man es ernst meint mit dem professionellen Veröffentlichen. Das ist gerade in Zeiten einer hohen Menge neuer Titel (viele als reine eBook-Veröffentlichungen) ein deutliches Unterscheidungsmerkmal. Auch kann das Audiobook dafür sorgen, dass die Wertigkeit eines Buchs oder eBooks von Kund:innen direkt höher eingeschätzt wird. Das erlaubt Autor:innen, endlich einen angemessenen Preis für ihre E-Books anzusetzen.

---

<sup>13</sup> <https://www.bookwire.de/faq-way/> zuletzt aufgerufen am 27.07.2021