

AMAZON WIRD MIT SEINEM eBook IN 2010 ÜBER 1 MRD. US \$ UMSETZEN

HERAUSFORDERUNGEN FÜR VERLEGER UND ECOMMERCE-UNTERNEHMEN

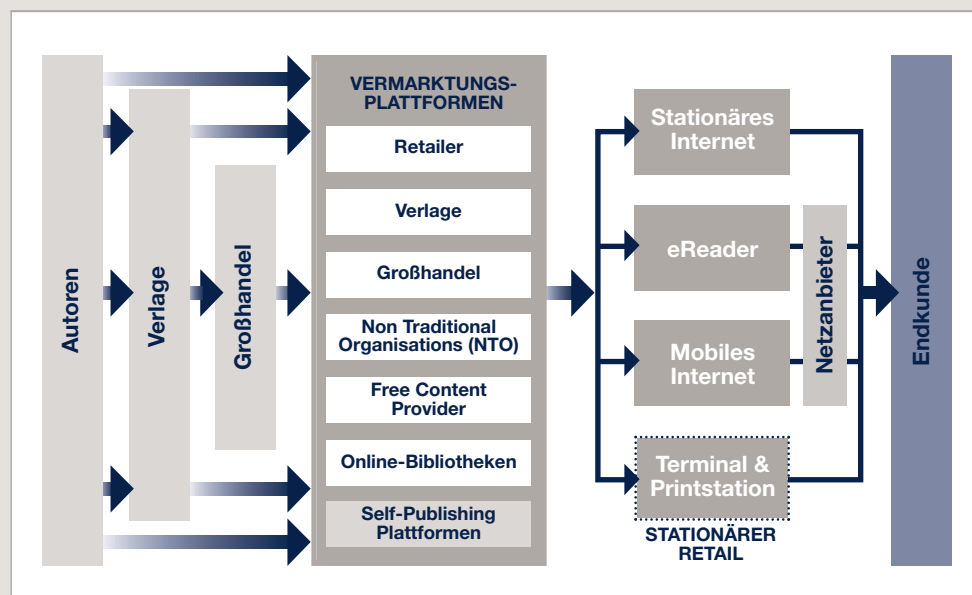
Eine Dekade nachdem die Musikindustrie im Zuge der Digitalisierung nachhaltig verändert wurde, steht die Buchbranche vor einem ähnlichen strukturellen Umwälzungsprozess. Seit Einführung des elektronischen eBook-Lesegerätes „Kindle“ durch Amazon Ende 2007, haben sich die Umsätze mit sogenannten eBooks in den USA mehr als vervierfacht. Diese Entwicklung ist auch in Europa zu beobachten: Insbesondere in Deutschland steigt die Nachfrage nach elektronischen Büchern rapide an, während dem Markt für gedruckte Bücher in den kommenden Jahren nur geringe Wachstumsraten vorhergesagt werden.

Liegt ein Buchtitel bei Amazon USA als Buch und als eBook-Version vor, entscheidet sich bereits heute jeder dritte Käufer für den Erwerb der digitalen Variante. Der Kindle eReader war im dritten Quartal 2009 Amazons meistverkaufter Artikel. Für 2010 erwarten Analysten sogar, dass Amazon allein durch dessen Verkauf Erlöse von mehr als 1 Mrd. US\$ erwirtschaften wird. Daneben drängen nun Unternehmen wie Sony oder Barnes & Noble mit eigenen eReader-Modellen und eBook Web-Shop-Angeboten aggressiv auf den Markt. Google – seit Jahren als Digitalisierer vergriffener Buchtitel aktiv – hat bekannt gegeben ebenfalls in den kommerziellen Online Handel mit eBooks einzusteigen. Außerdem ist zu erwarten, dass Apple ab 2010 mit der Vermarktung eines eBook-kompatiblen Tablet-PC's sowie dem Vertrieb von eBooks über iTunes beginnen wird. Bereits heute erreicht Apple durch seinen Applikationsmarktplatz „App Store“ weltweit knapp 60 Mio. iPhone und iPod Touch Besitzer. Bereits jede fünfte neue Applikation im App Store ist eine Bücher Anwendung.

Für den deutschen eBook-Markt sehen Marktforscher eine ähnlich dynamische Entwicklung und erwarten eine jährliche Verdoppelung der eBook-Umsätze. Getrieben wird diese Entwicklung auch hier maßgeblich durch Akteure wie Amazon, Sony und Google. So vertreiben Sony und Amazon ihre eReader jetzt auch in Deutschland. Zudem planen Telekommunikationsunternehmen wie Vodafone den baldigen Markteintritt mit eigenen UMTS-fähigen Geräten und den Aufbau eigener eBook Online-Plattformen.

eBook und eReader Markt in den USA boomt

Auch der deutsche Markt wächst rapide



DIE WERTSCHÖPFUNGS-KETTE IM eBook-MARKT

Der Eintritt dieser eigentlich branchenfremden Player in den eBook-Markt wird durch eine im Vergleich zum klassischen Buchmarkt stark modifizierte Wertschöpfungskette begünstigt (vgl. Abbildung). Durch den Wegfall physischer Distributionsprozesse sowie den Transfer aller Handels-Aktivitäten in die Online-Welt rücken andere Kernkompetenzen wie etwa eine ausgeprägte Online-Vermarktungsexpertise, ein professionelles Kundenbeziehungs-Management (CRM) oder aber die kundenorientierte Abwicklung des gesamten digitalen Kaufprozesses in den Vordergrund. Deshalb überprüfen eine Reihe von eCommerce-Unternehmen, in wie weit sie ihre Kernkompetenzen in Geschäftsmodelle mit elektronischen Büchern einbringen können.

Branchenfremde Unternehmen geben den Takt vor

Umso mehr sind die „klassischen Player“ wie Verlage, Großhändler und Händler gefordert, wenn sie von den potenzialträchtigen Entwicklungen im eBook-Markt profitieren wollen. Denn das Verharren in alten Strukturen und Vertriebskanälen kann zu deutlichen Umsatzeinbußen führen.

> **Wie können Unternehmen auf diese Entwicklungen reagieren?**

Gerade Unternehmen im Markt für das gedruckte Buch ist zu empfehlen, die Übertragbarkeit ihrer bisherigen Geschäftsmodelle auf den eBook-Markt zu überprüfen.

Handlungsempfehlungen

Denn erfahrungsgemäß ist es nicht möglich ein im Offline-Bereich funktionierendes Business Model 1:1 in die Online-Welt zu übertragen. Dies hat zuletzt die Musikindustrie erfahren müssen. In diesem Zusammenhang sollte unter Berücksichtigung des eigenen Stärken-/Schwächen-Profiles und den notwendigen Anforderungen erörtert werden, welche Chancen und Risiken sich für das eigene Unternehmen auf den einzelnen Stufen der Wertschöpfungskette ergeben.

Darauf aufbauend lassen sich gezielt strategische Handlungsoptionen ableiten, bewerten und priorisieren. Hierbei sollten auch potenzielle Kooperationspartner und Akquisitionsziele in die Überlegungen einbezogen werden.

Unternehmen mit ausgeprägter Online-Expertise sind gefordert zu analysieren, ob die eigenen Kernkompetenzen auf die spezifischen Anforderungen des eBook-Marktes anwendbar sind und ob sich hieraus ein für den Endkunden attraktives Leistungsangebot ableiten lässt.

KONTAKT

Dr. Hagen J. Sexauer
h.sexauer@sempora.com
+49 (0)172) 453 49 -0