

**Buchverrückt und internetversiert:
Der Buchkäufer im Online-Gebrauchtbuchmarkt 2005**

Nutzerumfrage 2005 der Abebooks Europe GmbH
in Zusammenarbeit mit dem
Lehrstuhl Wirtschaftswissenschaften für Ingenieure und Naturwissenschaftler der RWTH Aachen

[© Abebooks 01/2006 – Alle Rechte vorbehalten]

Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung: Der Online-Gebrauchtbuchmarkt	3
2. Bestandsaufnahme 2005 – Nutzerumfrage zum Online-Buchkauf	5
2.1. Methodik und Ergebnisse im Überblick	5
2.2. Die Ergebnisse im Detail	6
2.2. a) Der virtuelle Kunde, ganz real betrachtet – ein Blick auf den Durchschnittskunden	6
2.2. b) Online oder offline – wo kauft der Kunde heute?.....	9
2.2. c) Amazon, ebay und die Bücherstube um die Ecke – ein Blick auf die Einkaufsstätten	11
2.2. d) Zuverlässigkeit ist alles, Preis ist relativ – worauf der Kunde Wert legt..	12
3. Ausblick	15
4. Quellen	16

1. Einleitung: Der Online-Gebrauchtbuchmarkt

Gebrauchte Bücher, online gekauft – was wie eine Nische des deutschen Buchmarktes klingt, hat sich über die letzten Jahren zu einer immer beliebter werdenden Alternative für Bücherfreunde entwickelt. Während der Buchmarkt in Deutschland, insgesamt betrachtet, über die letzten Jahre stagniert bzw. sogar Umsatzrückgänge hinnehmen musste, verzeichnet der Online-Buchhandel weiter Zuwachsraten. Online-Plattformen wie Abebooks bieten dabei sehr viel mehr als nur ein digitales Abbild des Buchladens an der Ecke: Neben neuen Büchern wird hier auch eine riesige Auswahl an vergriffenen und gebrauchten Büchern geboten, indem das Angebot Tausender antiquarischer Buchhändler in einer einzigen Datenbank jedem Interessierten zur Recherche zugänglich gemacht wird.

Verglichen mit dem Neubuchmarkt in Deutschland gesamt (mit einem Volumen von rund 9 Mrd. Euro¹) erscheint der Handel mit gebrauchten Büchern zunächst vergleichsweise überschaubar (etwa 700 Mio. Euro in 2005)². Doch der Markt wächst, und er wächst vor allem durch die Möglichkeiten des Online-Handels. Das Medium Internet scheint wie geschaffen für den Handel mit gebrauchten und speziellen Büchern: Den neuen Harry Potter bekommt man in jedem Buchladen um die Ecke, wo aber findet man zum Beispiel „Das Wunderbuch der Zauberkunst“ in der Erstausgabe von 1929? Was früher eine Frage von sehr viel Zeit, Geld und noch viel mehr Glück war, ist jetzt mit ein paar Mausklicks erledigt.³

Ein Blick auf den Online-Umsatzanteil beim Verkauf **neuer** Bücher und den beim Verkauf **gebrauchter** Bücher zeigt, dass beide im Laufe der letzten Jahre stetig ansteigen – dabei hat der neue Vertriebsweg Internet den Gebrauchtbuchmarkt aber sehr viel mehr beeinflusst als den Handel mit neuen Büchern, wie die folgende Grafik zeigt⁴:

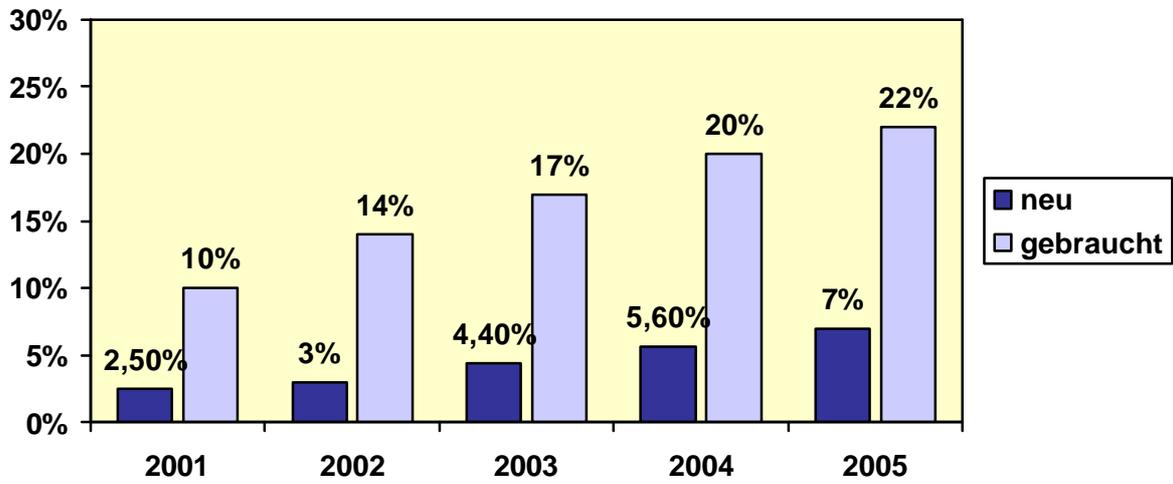
¹ Buch und Buchhandel in Zahlen 2005, S. 5.

² Schätzung von Abebooks, vgl. dazu auch die Abebooks-Studien der Vorjahre.

³ „Das Wunderbuch der Zauberkunst“ zum Beispiel wurde am 5. September 2005 von einem Antiquariat in Kirchheim bei München über Abebooks zum Kauf angeboten.

⁴ Zahlen für den Gebrauchtbuchmarkt und Neubuchmarkt 2005: Abebooks-Schätzungen, vgl. auch Abebooks-Studien der Vorjahre. Zahlen für den Neubuchmarkt: Buch und Buchhandel in Zahlen, hrsg. vom Börsenverein des Deutschen Buchhandels e.V.

Onlineanteile am jeweiligen Gesamtmarkt: Neubuch- und Gebrauchtbuchmarkt



Wohin führt diese Entwicklung? Und wer sind die Kunden? Diese Studie will einen Beitrag dazu leisten, die momentane und potentielle Bedeutung des Online-Gebrauchtbuchmarktes zu umreißen.

2. Bestandsaufnahme 2005 – Nutzerumfrage zum Online-Buchkauf

2.1. Methodik und Ergebnisse im Überblick

Bereits seit 2001 trägt Abebooks mit jährlichen Studien dazu bei, die Besonderheiten des Online-Gebrauchtbuchmarktes zu untersuchen.⁵ Die diesjährige Untersuchung erfolgte unter wissenschaftlicher Begleitung des Lehrstuhls Wirtschaftswissenschaften für Ingenieure und Naturwissenschaftler der RWTH Aachen und basiert auf einem Online-Fragebogen, der in der Zeit vom 20. Juni bis 20. Juli 2005 auf der Website www.abebooks.de geschaltet war. In diesem Zeitraum haben insgesamt 1226 Website-Besucher den Fragebogen mit 26 Fragen ausgefüllt. Dabei wurden neben thematischen Interessen vor allem Details des Einkaufsverhaltens beim Buchkauf, sowohl online als auch offline, abgefragt. Die Untersuchung ist nicht repräsentativ, gibt aber einen guten Einblick in den derzeitigen Stand des Marktes und kommende Entwicklungen. Hier die wichtigsten Ergebnisse im Überblick:

- **Spezialthemen gesucht:** Der typische Online-Buchkäufer setzt ein relativ hohes Medienbudget für gezielte, recherchebasierte Käufe ein. Fachbuch und Sachbuch sind dabei die wichtigsten Themenbereiche.
- **Internet als Einkaufsweg:** Der Online-Buchhandel hat sich als Einkaufskanal etabliert und entwickelt sich für eine kleine aber kaufstarke Kundengruppe zum Haupteinkaufsweg.
- **Vielfältige Einkaufsstätten:** Bei den Abebooks-Nutzern sind neben Abebooks die beiden Anbieter Amazon und Ebay die meistgenutzten Einkaufs-Plattformen. Bei den Buchläden wird dem kleinen Buchhändler um die Ecke eindeutig der Vorzug gegenüber der großen Buchhandelskette gegeben.
- **Präferenzen beim Online-Kauf:** Zuverlässigkeit, eine große Auswahl und günstige Versandkosten sind die wichtigsten Aspekte beim Online-Buchkauf. Community-Funktionen wie Chats und Foren und zusätzliche Services wie Geschenkgutscheine und Wunschlisten sind dagegen eher unwichtig.

⁵ Die bisher erschienenen Untersuchungen sind im Quellenverzeichnis gelistet und unter folgender Internetadresse abrufbar: <http://www.abebooks.de/docs/MediaRoom/Presse/surveys.shtml>

2.2. Die Ergebnisse im Detail

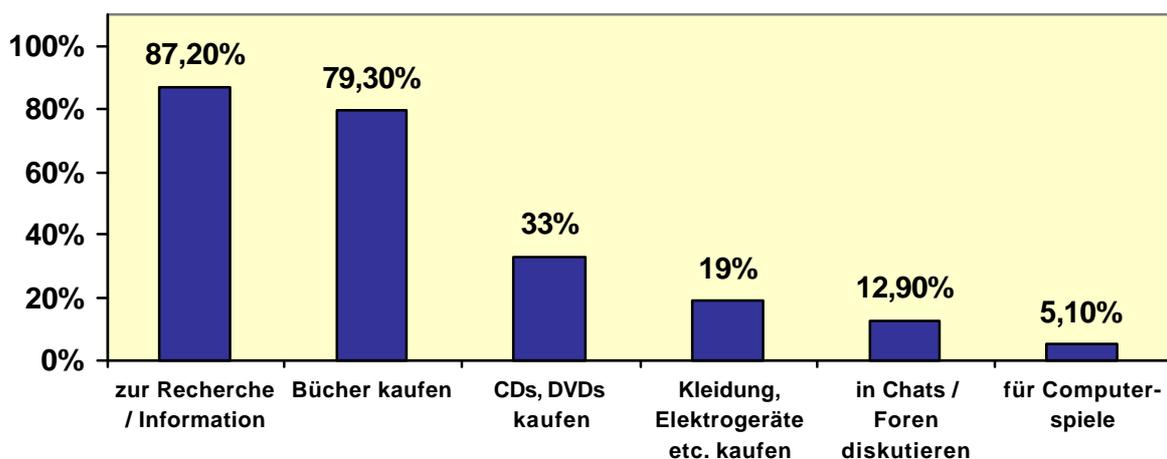
2.2. a) Der virtuelle Kunde, ganz real betrachtet – ein Blick auf den Durchschnittskunden

Der angewandten Methodik entsprechend bilden die Umfrageteilnehmer bzgl. der Demographie keinen Bevölkerungsdurchschnitt – im Vergleich zu den Umfragen der Vorjahre bietet sich aber ein sehr konsistentes Bild:

51,6% der Umfrageteilnehmer sind männlich, 48,6% weiblich (im Vorjahr 49,6% Männer zu 50,4% Frauen). Rund die Hälfte fallen in die Altersgruppe der 20- bis 39-Jährigen, weitere 40% in die der 40- bis 59-Jährigen (identisch zum Vorjahr). Rund 45% der Teilnehmer verfügen über einen Hochschulabschluss (im Vorjahr: 49,8%). Fast ein Fünftel der Befragten sind Studenten.

Was zeichnet nun diese Gruppe in Hinblick auf ihre Internetnutzung aus? Da die Befragung online durchgeführt wurde, handelt es sich wahrscheinlich bei allen Befragten um eher geübte Internet-Nutzer. Unter den Angeboten, die das Internet zu bieten hat, scheint sich diese Gruppe allerdings weniger auf die spielerischen als auf die informativen und praktischen Seiten zu konzentrieren. Als Hauptnutzung wird von 87,2% „Recherche / Information“ genannt.

Wofür nutzen Sie privat vorwiegend das Internet?



Bücher kaufen ist mit immerhin 79,3% die zweitwichtigste Internet-Nutzung unter den Befragten. Gebrauchte und neue Bücher stehen dabei gleichermaßen hoch im Kurs: 59% aller Be-

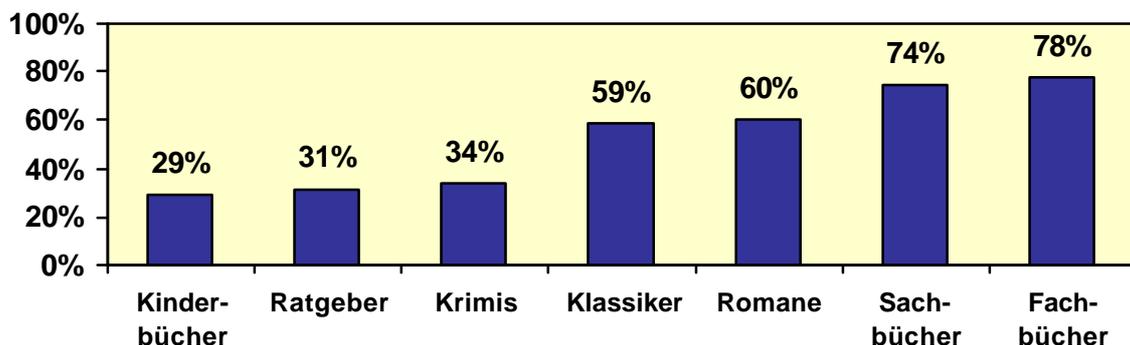
fragen kaufen nach eigener Einschätzung häufig oder sogar immer neue Bücher, ebenfalls 59% gebrauchte Bücher.

Oft wird vermutet, dass der rege Handel mit gebrauchten Büchern zu Lasten des Verkaufs von neuen Büchern geht. Dies scheint jedoch, zumindest unter den hier Befragten, nicht der Fall zu sein. Von denen, die häufig gebrauchte Bücher kaufen, sagen immerhin noch 45%, dass sie auch häufig neue Bücher kaufen. Und nur 19% der Gebrauchtbuch-Fans sagen, dass sie nie oder nur selten neue Bücher kaufen.⁶

Was sind nun die beliebtesten Themenbereiche dieser Online-Buchkäufer?

Auch hier ergibt sich ein konsistentes Bild zur Umfrage unter antiquarischen Buchhändlern von 2004, bei der Nischantitel und Fachbücher als die beim Online-Kunden beliebtesten Bereiche genannt wurden.

"In welchem Maße interessieren Sie die einzelnen Bereiche?" -
Antworten mit "Interesse" oder "ausgeprägtes Interesse"



Sachbücher und Fachbücher sind nach wie vor die beliebtesten Bereiche.

74% geben „Interesse“ oder „ausgeprägtes Interesse“ für **Sachbücher** an. Dabei sind, nach Geschlecht betrachtet, die Männer proportional ein wenig stärker vertreten als die Frauen. Nach Beschäftigungsstand betrachtet, sind eher die Erwerbstätigen unter den Sachbuchinteressierten.

78% stehen **Fachbüchern** mit Interesse oder sogar ausgeprägtem Interesse gegenüber. Auch hier sind Männer proportional wieder ein wenig stärker vertreten. Wie zu erwarten, ste-

⁶ Umgekehrt sagen auch von den Befragten, die laut eigener Aussage häufig neue Bücher kaufen, rund 47%, dass sie häufig gebrauchte Bücher kaufen.

chen nach Beschäftigungsstand hier vor allem die Studenten hervor (mit 91% gegenüber den durchschnittlichen 78%).

Romane werden immerhin noch von 60% aller Antwortenden mit Interesse oder ausgeprägtem Interesse betrachtet, wobei hier die Frauen mit 70% gegenüber den durchschnittlichen 60% hervorstechen.

Belesen, chaotisch, aber glücklich – die skurrilen Seiten der Durchschnittsleser

"Wenn ich etwas Geld habe, kaufe ich Bücher. Wenn dann noch etwas übrig bleibt, kaufe ich Essen." (Erasmus von Rotterdam)

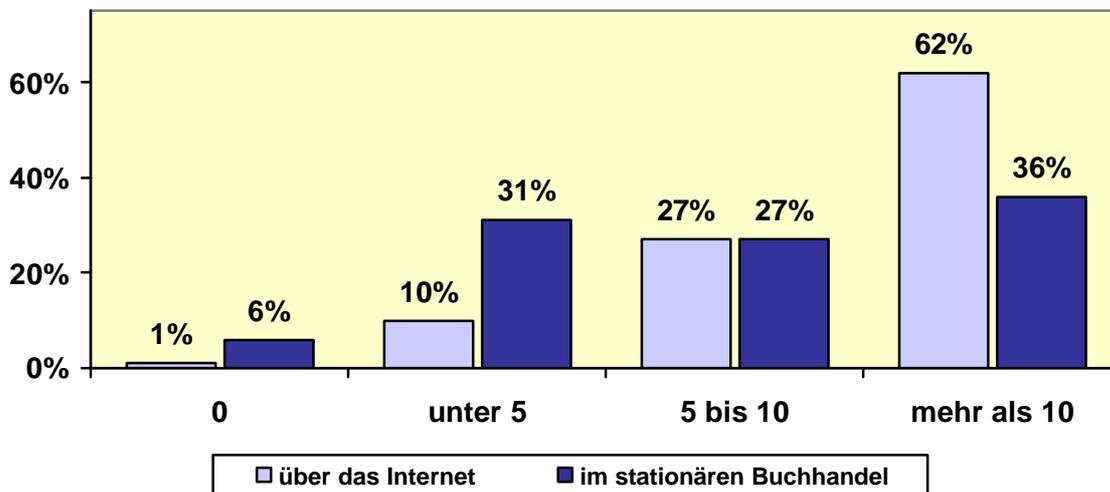
Nicht jeder Leser wird so weit gehen, auf Grund seines Hungers an Lesefutter auf „echte“ Nahrungsmittel zu verzichten. Aber ein wenig buchverrückt sind unsere Umfrage-Teilnehmer schon. Mehr als 40% bekannten sich dazu, dass ihnen Lesen wichtiger ist als die Lieblingsserie im Fernsehen. Und 36% lassen gar das Essen auf dem Herd anbrennen, wenn sie in die Lektüre vertieft sind. Bei einem knappen Drittel der Befragten bleibt die Küche aber ohnehin kalt – weil sie über der Lektüre vergessen haben, einkaufen zu gehen. Wer nicht isst, kann auch nicht sportlich sein: Jeder vierte Befragte lässt den Sport zu Gunsten der geistigen Betätigung des Lesens ausfallen.

Lesen kann man zwar auch ohne Begleitung – trotzdem seien die 20% Leserinnen und Leser, die in ihre Lektüre versunken sogar Freunde und die Liebsten versetzen, hiermit ausdrücklich vor den Langzeitfolgen dieses Tuns gewarnt...

2.2. b) Online oder offline – wo kauft der Kunde heute?

Im Vergleich zum Bevölkerungsdurchschnitt haben wir es bei den Befragten nicht nur mit einer in der Nutzung des Internet sehr versierten Gruppe zu tun – die Befragten geben auch ein außergewöhnlich hohes Medienbudget für Bücher aus und kaufen eine überdurchschnittliche Anzahl von Büchern.⁷ Ein genauerer Blick auf die Einkaufsorte soll zunächst zeigen, wie viele Bücher online und wie viele im stationären Buchhandel erworben wurden.

**Wie viele Bücher haben Sie in den letzten 12 Monaten ..
erworben?**



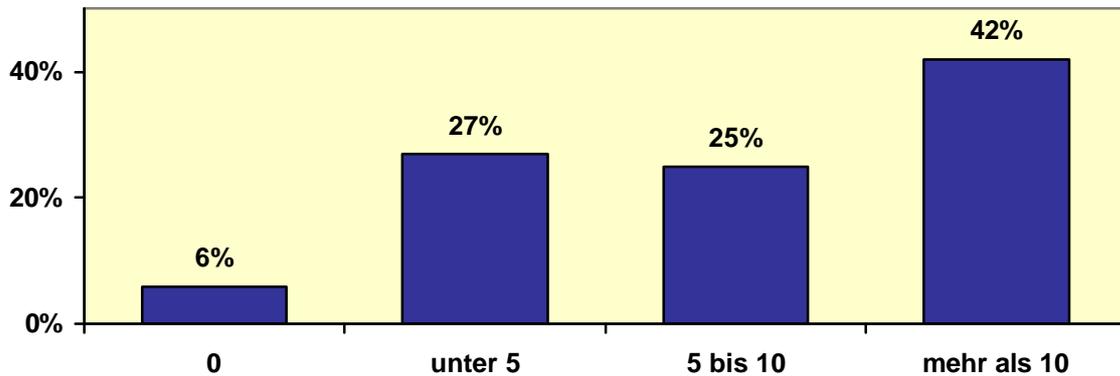
Gibt es einen Zusammenhang zwischen der Häufigkeit von Online-Einkäufen und der Anzahl der Käufe im stationären Buchhandel?

Dazu zunächst ein Blick auf die starken Online-Käufer: Von denjenigen, die angeben, mehr als 10 Bücher online gekauft zu haben, haben rund 42% auch mehr als 10 Bücher im stationären Buchhandel erworben. Von denjenigen, die angeben, zwischen 5 und 10 Bücher online gekauft zu haben, haben 54% mindestens ebenso stark im Laden eingekauft (29% mit „5 bis 10“ und 25% mit „mehr als 10“ Käufen).

Die folgende Grafik zeigt noch einmal das Einkaufsverhalten der starken Online-Käufer (mit mehr als 10 Käufen im Jahr) bezüglich ihrer Einkäufe im stationären Buchhandel:

⁷ Vgl. zu den Angaben in dieser Umfrage etwa „Buch und Buchhandel in Zahlen 2005“, wonach im Bevölkerungsdurchschnitt überhaupt nur 14% der Frauen und 11% der Männer „mehr als 10“ Bücher innerhalb von 12 Monaten gekauft haben.

Starke Online-Käufer:
Wieviele Bücher haben Sie in den letzten 12 Monaten im stationären Buchhandel erworben?

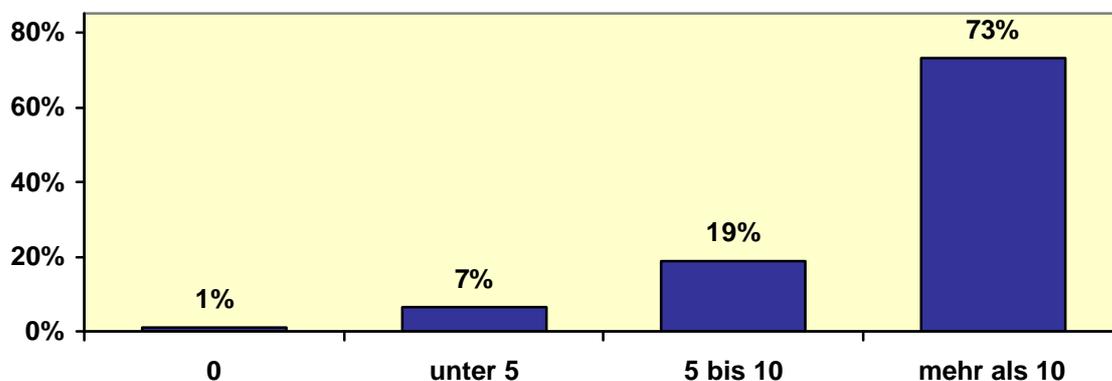


Unter den starken Online-Kunden sind also 42% ebenso gute Kunden im stationären Buchhandel, 58% kaufen jedoch im Laden weniger häufig ein.

Im Vergleich dazu haben von den Stammkunden des stationären Buchhandels (mit mehr als 10 Käufen) rund 73% auch ebenso stark im Internet eingekauft. Aus der Kategorie „5 bis 10“ Buchhandelskäufe haben sogar rund 88% mindestens ebenso stark im Internet eingekauft (30% mit „5 bis 10“ und 58% mit „mehr als 10“ Käufen). Und von denen, die sich im Buchladen eher zurückhalten (mit unter 5 Käufen), sind rund 87% bei Internet-Käufen weniger zurückhaltend (rund 34% mit „5 bis 10“ Käufen und rund 53% mit „mehr als 10“ Käufen).

Das Online-Einkaufsverhalten der starken Buchhandels-Kunden (mit mehr als 10 Käufen) hier noch einmal als Grafik:

Starke Käufer im stationären Buchhandel:
Wieviele Bücher haben Sie in den letzten 12 Monaten im Internet erworben?



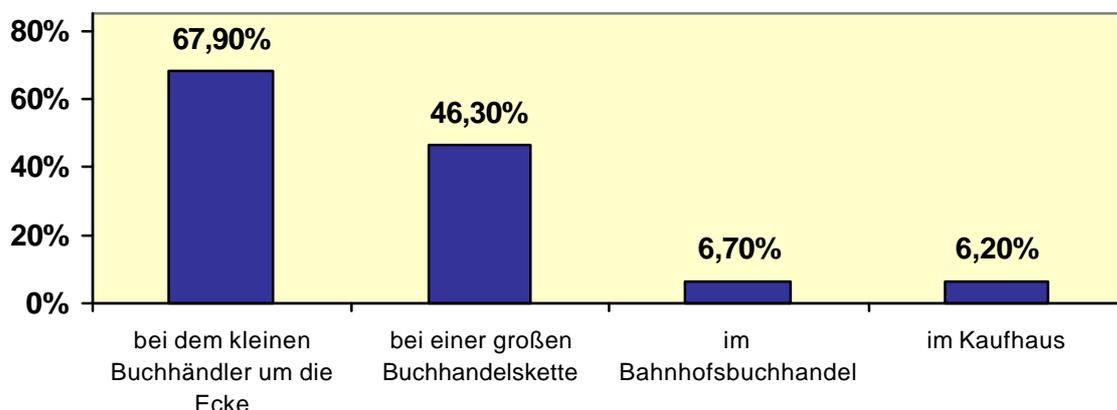
Fazit: Ein guter Kunde ist ein guter Kunde – sowohl online auch als offline. Dennoch scheint das Internet als Einkaufsweg hier eine etwas bessere Position zu haben. Denn 73% der Topkunden aus dem stationären Buchhandel kaufen auch im Internet sehr stark ein, hingegen sind nur 42% der starken Online-Käufer auch ebenso gute Offline-Kunden.

2.2. c) Abebooks, Amazon, ebay und die Bücherstube um die Ecke – ein Blick auf die Einkaufsstätten

Ein genauerer Blick auf die Einkaufsstätten zeigt, dass sich der gewandte Umgang mit dem Internet auch bei der Wahl der **Online-Einkaufsstätten** widerspiegelt. Nach den Einkaufsstätten befragt, die sie für ihre Buch-Einkäufe im Internet nutzen, hatten die Befragten die Auswahl aus 10 Online-Plattformen, die Bücher im Sortiment führen. Außerdem gab es die Möglichkeit der freien Antwort. Ergebnis: Rund 60% gaben an, mindestens 3 verschiedene Online-Einkaufsstätten zu nutzen, immerhin noch rund 30% nannten 4 oder mehr Online-Einkaufsstätten.

Unter den **traditionellen Einkaufsstätten** rangiert der kleine Buchhändler um die Ecke mit rund 68% ganz oben auf der Beliebtheitsskala. Mehrfachnennungen waren hier möglich, ebenso freie Angaben. Hier die vier meistgenannten Einkaufsstätten:

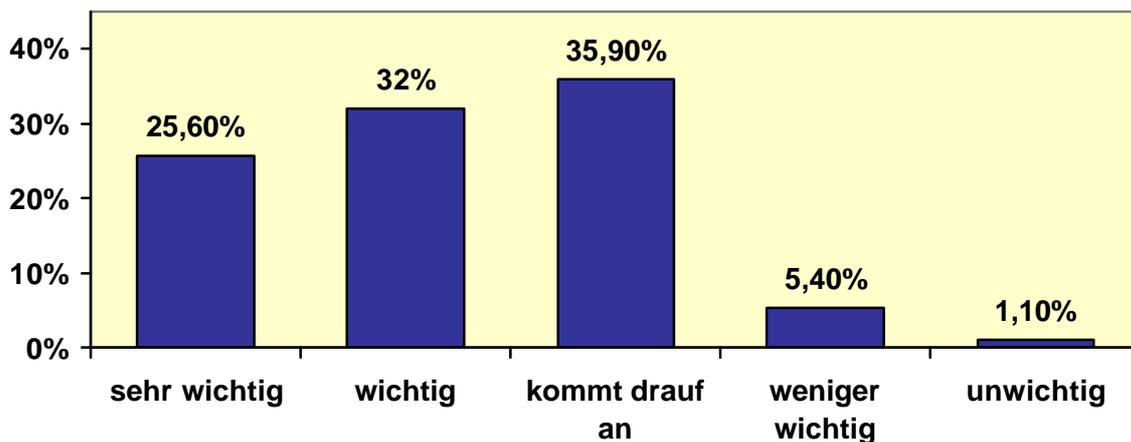
Wenn ich ein Buch im Geschäft erwerben möchte, kaufe ich am liebsten...



2.2. d) Zuverlässigkeit ist alles, Preis ist relativ – worauf der Kunde Wert legt

Für rund 58% der Befragten ist der Preis bei der Kaufentscheidung wichtig oder sehr wichtig. Aber für immerhin noch rund 36% ist der Preis nicht das ausschlaggebende Kaufkriterium („kommt drauf an“). Hier ist zu vermuten, dass gerade bei lange gesuchten speziellen Titeln ein eventuell höherer Preis in Kauf genommen wird. Nach besonderen Erlebnissen gefragt, die sie mit antiquarischen Büchern hatten, berichten viele Befragte von der oft jahrelangen Suche nach bestimmten Büchern, die erst mit Hilfe der Online-Gebrauchtbuch-Plattformen zum Erfolg geführt hat.

Wie wichtig ist Ihnen der Preis bei der Kaufentscheidung?

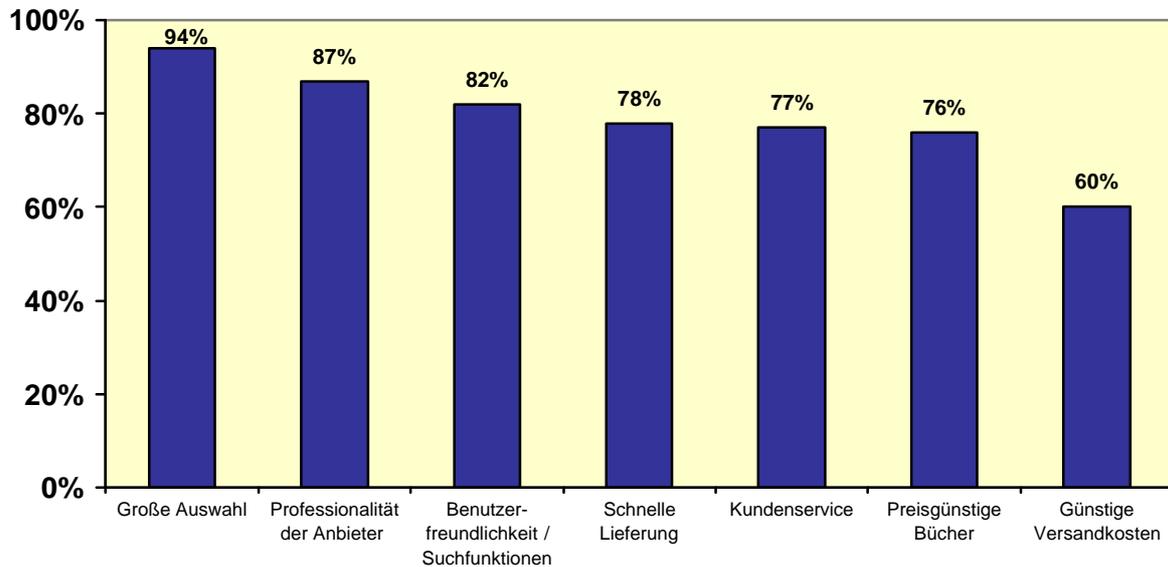


Wenn der Preis nicht alles ist, was ist es dann, worauf der Online-Kunde Wert legt? Den Befragten wurden hierzu 17 Aspekte genannt, die sie auf einer fünfstufigen Skala von „sehr wichtig“ bis „vollkommen unwichtig“ bewerten sollten.

Ganz oben auf der Liste der wichtigen Aspekte beim Buchkauf im Internet steht eine große Auswahl, gefolgt von dem Wunsch nach zuverlässigen, professionellen Händlern und nutzerfreundlichen Suchfunktionen. Das Stichwort „preisgünstige Bücher“ taucht hier (passend zum eben gesagten) erst auf Platz 6 auf. Community-Funktionen wie Chats und Foren und zusätzliche Services wie Geschenkgutscheine und Wunschlisten sind dagegen eher unwichtig..

Wie wichtig sind Ihnen folgende Aspekte, wenn Sie Bücher im Internet kaufen?

Die meistgenannten Antworten mit "sehr wichtig"



Vom langen Suchen, weiten Reisen und glücklichen Wiederfinden – worauf der Kunde und Leser wirklich Wert legt

Wir haben den typischen Online-Kunden als versierten Internet-Nutzer kennen gelernt, der das Medium zur Recherche nutzt und Wert auf Funktionalität und Effektivität legt. Doch dahinter verbirgt sich, gerade bei der Suche nach vergriffenen und längst verschollen geglaubten Lese-Schätzen, die Lust am Entdecken, die Freude am Wiederfinden, und immer wieder die reine Begeisterung für Bücher und für das Lesen. Auf die Frage nach einer Geschichte, die sie mit antiquarischen Büchern erlebt haben, antworten viele mit sehr persönlichen Erlebnissen. Hier einige ausgewählte Zitate.

„Vor fünfzehn Jahren hatte ich mir eine Liste erstellt, welche antiquarischen Bücher ich mir gerne zulegen möchte. Es waren so an die 80 Bücher. Als dann der große Internet-Boom kam, wurde meine Suche extrem vereinfacht. Meine Liste ist nun auf drei verbliebene Bücher geschrumpft.“

„Man kann in alten Büchern immer mal Überraschendes finden: in einem Baedeker-Band über die Schweiz habe ich ein Kleeblatt gefunden – wahrscheinlich von einem hohen Berg ... alte Bücher können Geschichten erzählen, das macht sie nochmal so interessant.“

„Ich entdeckte einen für mich neuen Autor und leider waren fast all seine Bücher bereits vergriffen. Durch Internet-Antiquariate (allen voran Abebooks!) besitze ich nun alle bis auf eines! [...] durch diesen Erfolg beflügelt habe ich mittlerweile viele "vergriffene und damit nahezu für immer verlorene" Bücher erwerben und lesen können!“

„Ich finde es toll, dass ich bei einem Buchhändler in San Franzisko für minimales Geld ein Buch kaufen kann, dass ich mir vor 15 Jahren mal gewünscht habe und fast Sekunden später übers Internet die Bestellung bestätigt wird und das Buch nach wenigen Tagen in meinen Händen ist.“

„Ich entdecke viele Kinderbücher übers Internet, die heute gar nicht mehr verlegt werden. Die kann ich dann - zum Glück :-) - kaufen und freue mich, dass viele Kindheitserinnerungen wieder erwachen.“

„Ein Freund wünschte sich zum Geburtstag ein vergriffenes Buch, er hat aber kein Internet; so suchte ich und kam dabei auf Abebooks - und das gefiel mir. Der Freund bekam sein Buch, das er vor über 40 Jahren gelesen hatten, zum 85. Geburtstag - jetzt will er es nochmal lesen.“

„Ich habe mein zuvor verkauftes Buch zurückgekauft.“

„Das ist Globalisierung: Bestellen eines amerikanischen Buchs in Deutschland (Abebooks) und Lieferung aus Indien und das alles schnell, zuverlässig und preiswert!“

3. Ausblick

Dem Online-Handel mit gebrauchten Büchern bieten sich für die nächsten Jahre zahlreiche Wachstumschancen. Zum einen wächst die Anzahl der Haushalte mit Internet-Anschluss weiterhin stetig, so dass auch die Zahl potentieller neuer Kunden zunimmt. Auch bisher noch die erschlossene Kundengruppen wie beispielsweise die über 60-Jährigen, die das Medium Buch traditionell sehr schätzen, überwinden zunehmend ihre Scheu vor dem Internet und stellen ein stark wachsendes Segment unter den Online-Shoppern gerade auf Buchplattformen wie Abebooks. Allein 25% der deutschen Bevölkerung haben das Internet bisher noch nicht für Dienstleistungen und Produkt-Bestellungen genutzt, sagen aber, dass es für sie in Frage kommt.⁸ Dabei sind Bücher immer noch das beliebteste Produkt im Internet⁹ – viele derer, die bisher das Internet noch nicht für Einkäufe genutzt haben, werden als erstes ein Buch kaufen. Langfristig betrachtet ist zu vermuten, dass der Umsatzanteil, der mit neuen Büchern über den Vertriebsweg Internet erzielt wird, eine stabile Quote erreichen wird – aktuelle Schätzungen, wo dieser Wert liegen wird, gehen jedoch weit auseinander.¹⁰

Für den Handel mit gebrauchten Büchern liegt hier aus zwei Gründen eine etwas veränderte Ausgangslage vor: Zum einen ist das Internet in vielen Fällen für den Kunden nicht eine von mehreren alternativen Einkaufsstätten, wo er das Gesuchte finden kann, sondern die **einzige** Möglichkeit ein bestimmtes, auf allen anderen Vertriebswegen nicht (mehr) erhältliches Buch überhaupt zu bekommen. Zum anderen kann ein neues Buch nur einmal als solches verkauft werden -- einzelne Bücher, die als schnelles „Lesefutter“ erworben wurden, können jedoch durchaus etwa innerhalb eines Jahres mehr als einmal als gebrauchtes Exemplar über den virtuellen Ladentisch gehen, wenn sie nach dem Lesen wieder weiterverkauft werden. Als Beispiel kann hier etwa der letzte Harry-Potter-Band gelten, der bereits kurz nach Erscheinen zahlreich auch in den Online-Gebrauchtbuch-Börsen auftauchte.¹¹

Der Online-Handel mit gebrauchten Büchern wird von all diesen Entwicklungen profitieren und so auch in den nächsten Jahren ein spannendes und weiter wachsendes Segment des Buchmarkts ausmachen.

⁸ Focus Communication Networks 9.0.

⁹ Vgl. z.B. die aktuelle Ausgabe des Online Shopping Survey der GfK: Mehr als zehn Millionen Online-Nutzer haben in den letzten zwölf Monaten mindestens ein Buch im Netz bestellt.

¹⁰ Vgl. z.B. Börsenverein des Deutschen Buchhandels: Buch und Buchhandel in Zahlen 2005, S. 23, wo davon ausgegangen wird, dass die Sättigungsgrenze bei unter 10% liegen wird. Vgl. aber auch Untersuchungen aus USA, wo der Online-Buchmarkt laut verschiedenen Untersuchungen, z.B. von Forrester Research, bereits längst den 10%-Marktanteil überschritten hat.

¹¹ Vgl. z.B. das ebay Bücher-Barometer im August auf www.buchmarkt.de

4. Quellen

Buch und Buchhandel in Zahlen 2005. Hrsg. vom Börsenverein des Deutschen Buchhandels e.V. Juli 2005. ISBN 3-7657-2776-8.

Focus Communication Networks 9.0. Herausgegeben von Focus Magazin Verlag GmbH.

GfK: Online Shopping Survey.

Eine Zusammenfassung dieser Untersuchung findet sich im Online-Angebot der Zeitschrift w&v unter <http://www.wuv.de/daten/studien/052005/945/index.html>

Darüber hinaus bezieht sich diese Studie auf die bereits von Abebooks veröffentlichten Studien zum Online-Gebrauchtbuchmarkt aus den Vorjahren. Alle diese Studien stehen auf der Website von Abebooks zum Download bereit:

Wachstumsmotor Internet - Gebrauchte Bücher gewinnen im e-Commerce. Abebooks-Studie 10/04. PDF-Dokument:

http://www.abebooks.de/docs/MediaRoom/Presse/AbebooksDEStudie04_AntiqBuchmarkt.pdf

Buchliebhaber, Sachbuchfreunde, Schnäppchenjäger - Die Buchkäufer im Online-Gebrauchtbuchmarkt. Abebooks-Nutzerumfrage 09/04. PDF-Dokument:

www.abebooks.de/docs/MediaRoom/Presse/AbebooksDE_Nutzerumfrage04_AntiqBuchmarkt.pdf

OLD MEETS NEW - Antiquare als Trendsetter im E-Commerce. Abebooks-Studie 11/02. PDF-Dokument:

http://www.abebooks.de/docs/MediaRoom/Presse/AbebooksStudie02_AntiqBuchmarkt.PDF

Der antiquarische Buchmarkt im neuen Medienzeitalter. Abebooks-Studie 10/01. PDF-Dokument:

http://www.abebooks.de/docs/MediaRoom/Presse/AbebooksStudie01_AntiqBuchmarkt011009.PDF

Über die Autorin:

Heike Reher hat den deutschen Online-Buchhandel von der ersten Stunde an mitgestaltet. Sie studierte Mathematik und Diplom-Germanistik / Literaturvermittlung an den Universitäten Regensburg und Bamberg. Ihre jahrelange Erfahrung im deutschen Buchmarkt sammelte sie im Verlagswesen, Journalismus und in sechs Jahren in verschiedenen Positionen beim Online-Buchhändler Amazon. Danach begleitete Sie als Consultant unter anderem den erfolgreichen Start des Hörbuch-Download-Portals Audible. Sie arbeitet in Deutschland und an der Westküste Kanadas.

Heike Reher hat für Abebooks Europe die obenstehende Umfrage verfasst, welche in Zusammenarbeit mit der RWTH Aachen entstanden ist.