

Bock auf Buch! – Wie junge Menschen heute Bücher finden und kaufen

Kontaktpunkte, Auswahlkriterien
und Kaufverhalten 2023

Consumer Panel Services GfK,
im Auftrag von:

*Arbeitsgemeinschaft von Jugendbuchverlagen (avj)
& Börsenverein des Deutschen Buchhandels*



**Börsenverein des
Deutschen Buchhandels** 

Themen

- Zielsetzung & Studiendesign S. 3
- Die Entwicklung des Kinder-/ Jugendbuchmarktes S. 5
- Die jungen Lesenden bis 19 Jahre S. 7
- Anfänge des Bücherlesens S. 13
- Formatnutzung S. 15
- Kaufanlässe / Kaufzwecke S. 17
- Buchauswahl S. 19
- Lesen in Originalsprache S. 21
- Kontaktpunkte bei der Auswahl von Büchern S. 24
- Deep Dive: Soziale Netzwerke S. 26
- Informationsquellen & der Stellenwert von Büchern S. 29

Hintergrund der Studie

- Die Arbeitsgemeinschaft von Jugendbuchverlagen (avj) und der Börsenverein des Deutschen Buchhandels möchten für die Branche mehr über die **junge Zielgruppe der Käufer*innen** und **Leser*innen sowie den Markt im Bereich Kinder-/Jugendbuch und Young & New Adult** erfahren.
- Es geht dabei vor allem um die Fragen, wie junge Menschen auf **Bücher aufmerksam werden**, welche **Auswahlkriterien** relevant sind und **wie** sie Bücher kaufen.

Modularer Aufbau

Die Fragestellungen werden anhand zweier Module beantwortet:

- 1 Gemessenes Kaufverhalten v.a. im Kinder- und Jugendbuchmarkt** aus dem Consumer Panel MediaScope, in dem Käufe im Buchmarkt kontinuierlich erhoben werden. Darüber hinaus liegt eine Vielzahl an Informationen zu den Käufer*innen von Büchern vor, z. B. Einstellungen, Medienverhalten etc.
- 2 Eine Leser*innen-Befragung im Panel** ergänzt die Informationen zum Kaufverhalten. Diese zielt darauf ab u. a. besser zu **verstehen, wie junge Menschen Bücher kaufen**, wie sie auf diese aufmerksam werden, wie sie auswählen und welche Rolle z. B. Social Media dabei spielt.

Modul 1: Gemessenes Kaufverhalten




- **Erhebungsverfahren**
Kontinuierliche Erhebung aller Käufe und Ausgaben im Buchmarkt im Consumer Panel MediaScope
- **Stichprobe**
n=20.000 Personen ab 10 Jahren (brutto)
Die Stichprobe ist repräsentativ für die deutsche Bevölkerung und wird entsprechend gewichtet / hochgerechnet.
- **Zeitreihe**
Daten aus den Jahren 2012, 2019 und 2023

Modul 2: Leser*innen-Befragung



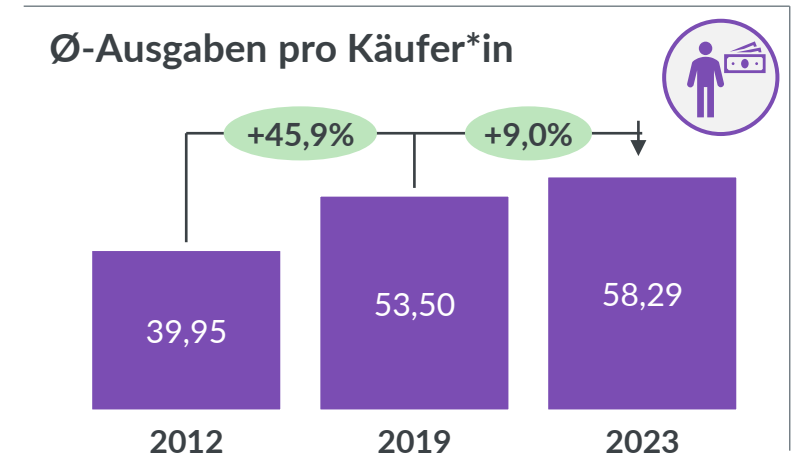
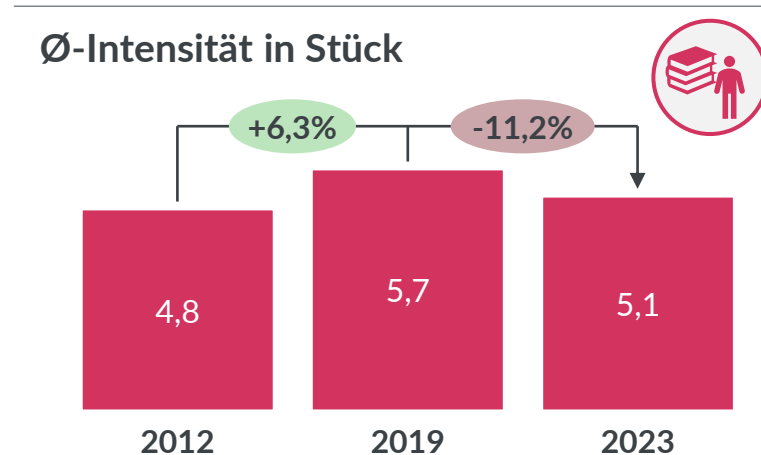
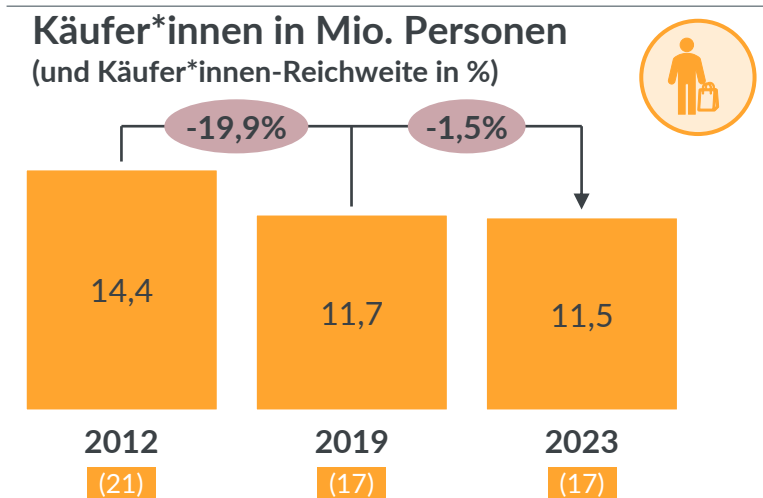
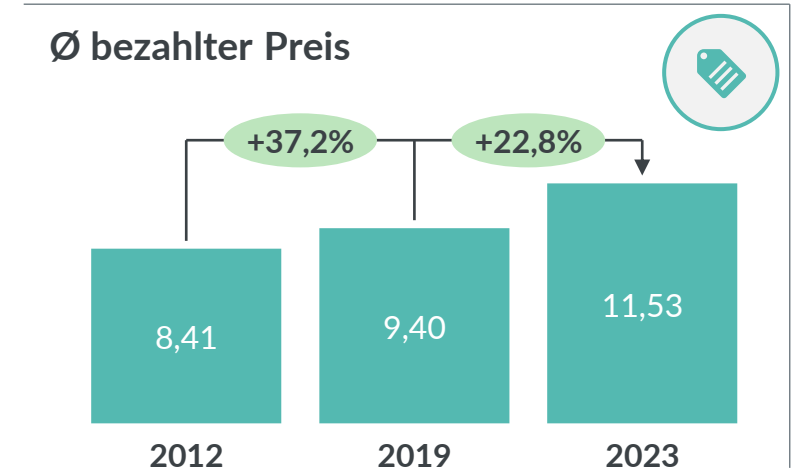
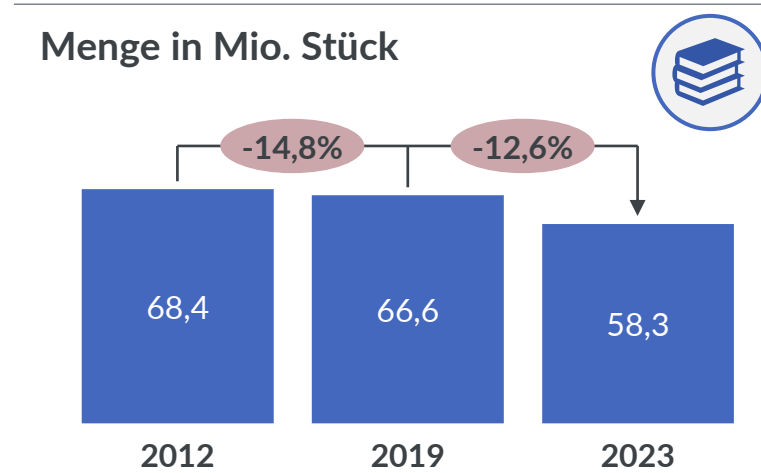
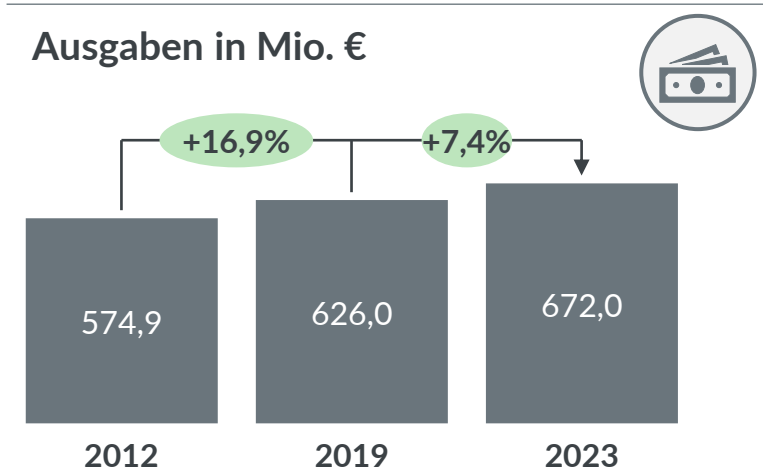
- **Erhebungsverfahren**
On- und Offlinebefragung im Consumer Panel MediaScope
- **Stichprobe**
n=1.368 Personen ab 10 Jahren
(Vorab-Screening nach Buchnutzung im Januar 2023)
- **Zielgruppe**
Lesende mit Bezug zu Kinder-/ Jugendbüchern bzw. Young / New Adult sowie Eltern buchaffiner Kinder
Ungewichtete Fallzahlen:
 - n=434 10-15-Jährige
 - n=184 16-19-Jährige
 - n=204 20-29-Jährige
 - n=546 30+ Jährige mit Kindern (0 bis 14 Jahre) mit Buchbezug im Haushalt

A photograph of a woman with dark hair reading a book to a young child who is sleeping. They are inside a tent-like structure decorated with warm string lights. A large, soft teddy bear is visible in the background. The scene is intimate and cozy.

Die Entwicklung des Kinder-/ Jugend- buchmarktes

Key Facts Kinder-/ Jugendbuchmarkt

Höhere bezahlte Preise kompensieren den Käufer*innen- und Mengenrückgang seit 2012



Die jungen Lesenden bis 19 Jahre



Definition der jungen Lesenden-Zielgruppen



bis 3 Jahre



4 bis 6 Jahre



7 bis 9 Jahre



10 bis 12 Jahre



13 bis 15 Jahre



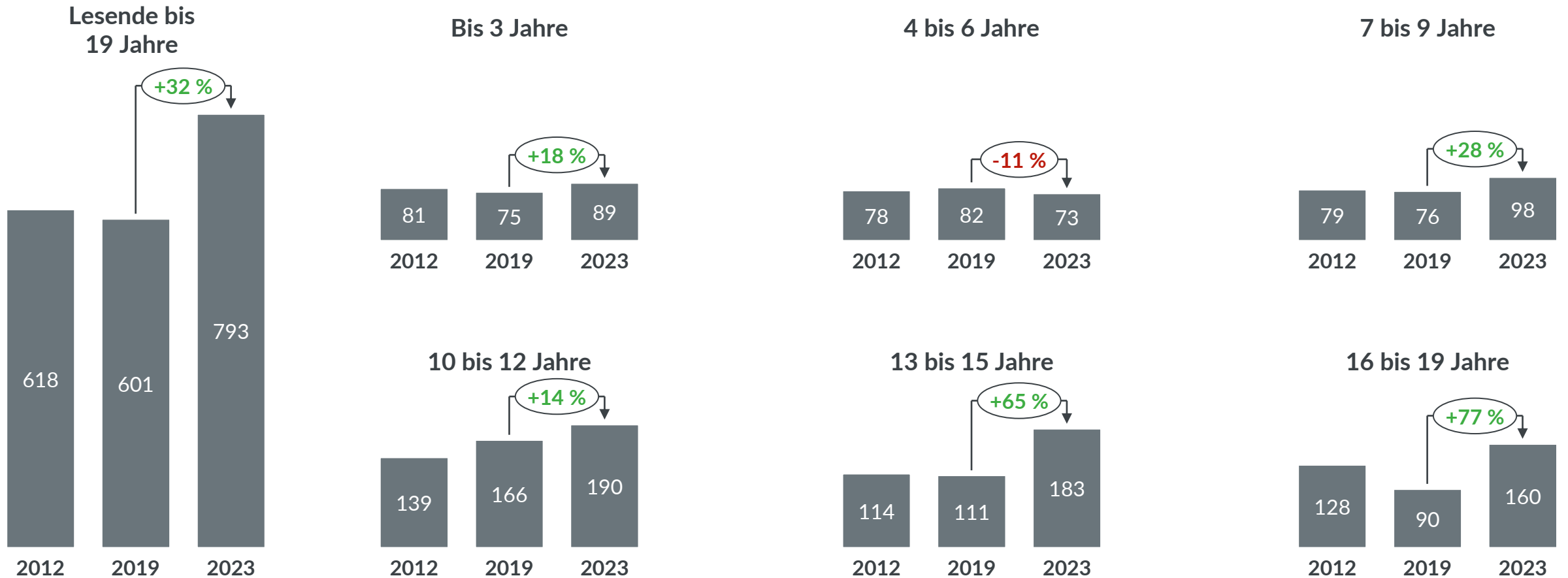
16 bis 19 Jahre

Perspektivwechsel: Von der Warengruppe zur Zielgruppe

- Während es im bisherigen Teil um die Käufer*innen des Genres Kinder- und Jugendbuch ging, werden im **folgenden Part die bis 19-Jährigen Buchnutzenden im Gesamtmarkt betrachtet, also unabhängig vom Genre**
- **Dabei zählt jeweils das Alter des Lesenden** (Selbstkäufer*innen und „Beschenkte“ werden zusammengefasst)
- **Rundumblick auf alle Bücher, zu denen die jeweilige Altersgruppe am Kaufmarkt Zugang hat**
- Methodisch möglich ist dies, da im Consumer Panel das Alter der Buchkäufer*innen ab 10 Jahren vorliegt. Darüber hinaus wird bei jedem Buchkauf erhoben, ob das Buch für sich selbst oder für andere gekauft wurde. In letzterem Fall wird nach Alter und Geschlecht des/der Empfänger*in (= Lesende) gefragt

Entwicklung der Lesenden-Zielgruppen – Ausgaben (für diese) in Mio. €

Die Ausgaben für Lesende bis 19 Jahre stiegen seit 2019 um 32 % an, insbesondere getrieben durch die Ausgaben von und für Kinder(n) und Jugendliche(n) ab 13 Jahren

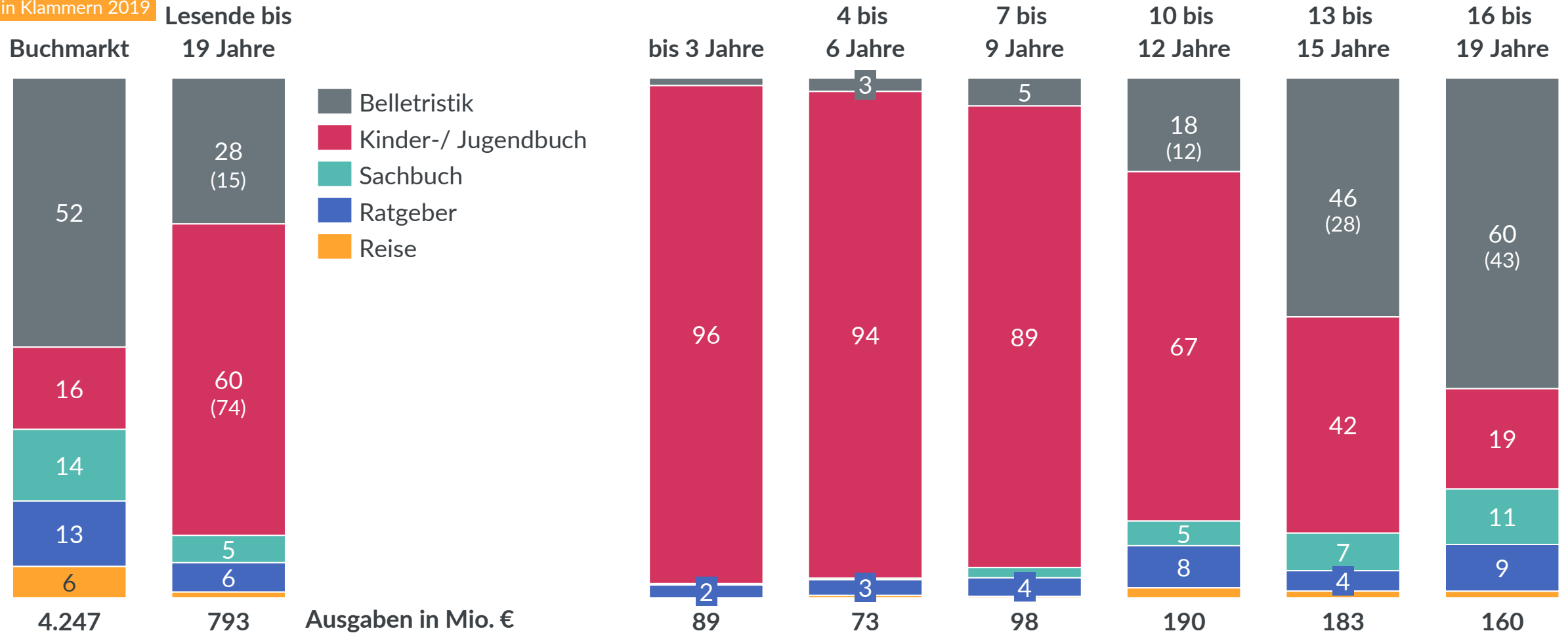


Gekaufte Genres nach Lesenden-Zielgruppen – Ausgaben (für diese) in %

Nur 60 % der Ausgaben für junge Menschen entfallen auf die Warengruppe Kinder- / Jugendbuch.
Bereits ab 10 Jahren gewinnen andere Genres deutlich an Bedeutung – mit wachsender Tendenz



2023
Werte in Klammern 2019



Buchmarkt inkl. E-Books & Hörbücher (physisch & download, exkl. Audible-Abogebühren) | Zeitraum Jan - Dez 2023, Werte in Klammern Zeitraum Jan - Dez 2019
Angaben <3% sind aus Gründen der Lesbarkeit nicht beschriftet.

Das Verhalten der jungen Zielgruppen am Buchmarkt

Modul 2

Modul 2: Zielgruppen im Fokus*

Buchnutzende aus verschiedenen Altersgruppen



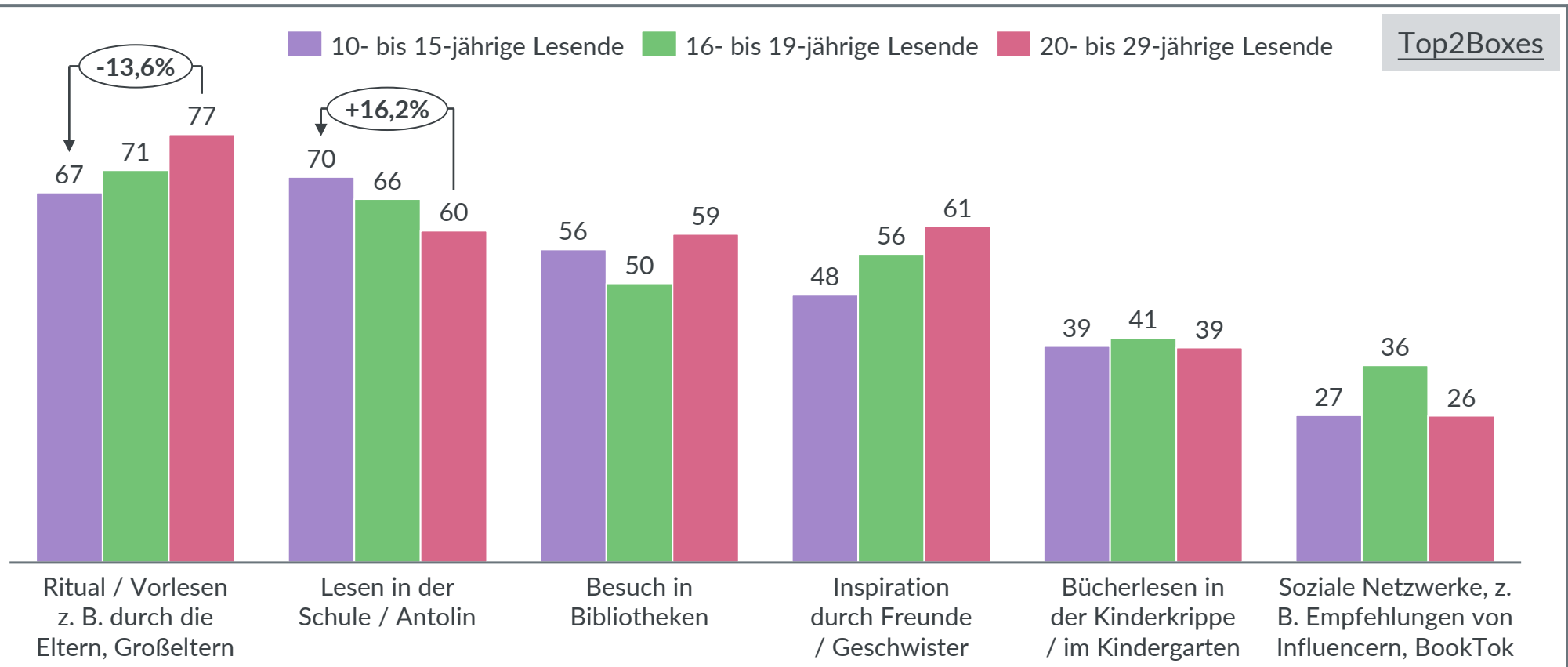
	10- bis 15-jährige Lesende	Selbst Bücher-Lesende / Hörbuch-Hörende	Offline-/Online-Befragung mit Bezug auf <u>das eigene Lese- und Informationsverhalten</u>
	16- bis 19-jährige Lesende	Selbst Bücher-Lesende / Hörbuch-Hörende	Offline-/Online-Befragung mit Bezug auf <u>das eigene Lese- und Informationsverhalten</u>
	20- bis 29-jährige Lesende	Selbst Bücher-Lesende (Buchbereich: Kinder, Jugendliche oder Young / New Adult)	Offline-/Online-Befragung mit Bezug auf <u>das eigene Lese- und Informationsverhalten</u>
	30+-jährige Eltern mit Kindern mit Buchbezug	30+-Jährige mit Kindern zwischen 0 und 14 Jahren, die Bücher im Bereich Kinder- / Jugendbuch nutzen	Online-Befragung mit Bezug auf <u>das Lese- und Informationsverhalten der Kinder</u>



Anfänge des Bücherlesens

Überblick Lesende | Start ins selbstständige Lesen

Großer Einfluss von Elternhaus, Schule und Bibliotheken auf den Start ins selbstständige Lesen.
Zeitliche Verschiebung: Junge Menschen haben häufiger erstmals in der Schule Kontakt zum Buch



Frage 1.b: Bitte gib / geben Sie an, was dich / Sie zum Lesen von Büchern gebracht hat. | Basis: 10- bis 15-Jährige: n= 434; 16- bis 19-Jährige: n= 184; 20- bis 29-Jährige: n=204; 30+-Jährige: nicht gefragt | Skala: 1 = „trifft überhaupt nicht zu“ und 4 = „trifft voll und ganz zu“ | Top2Boxes: 3 + 4 | Angaben in %



Formatnutzung

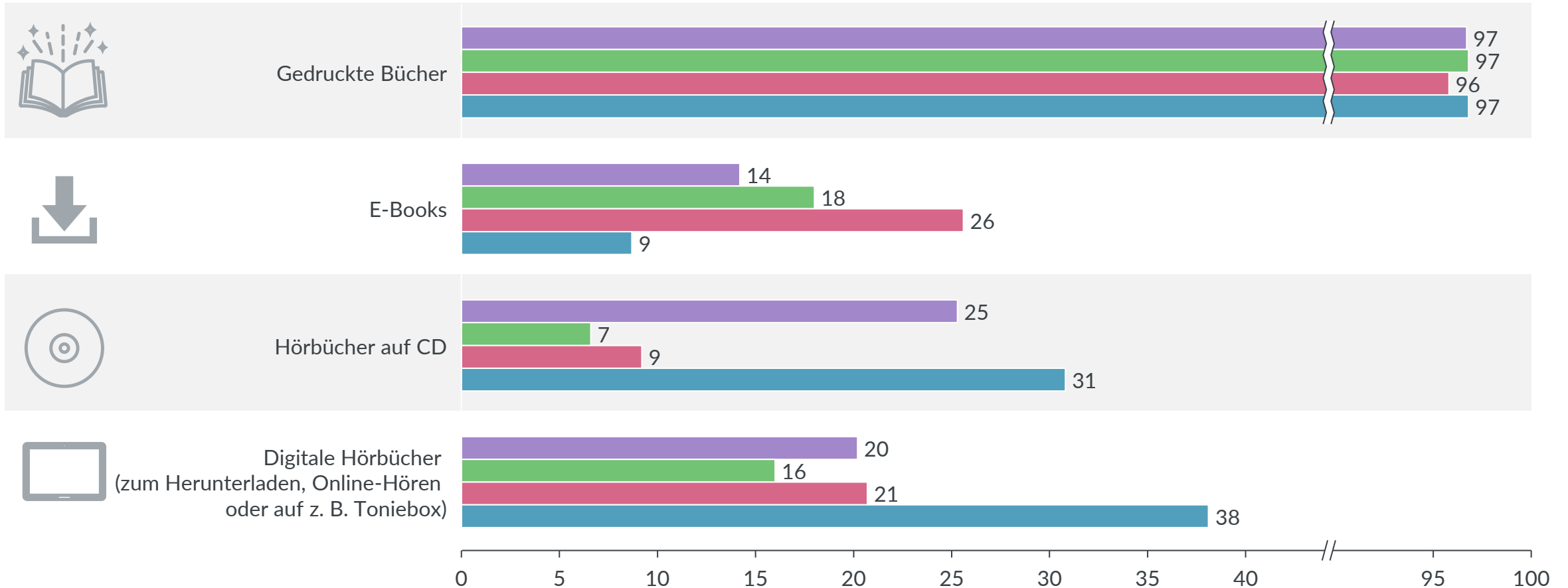
Zielgruppen | Formatnutzung

Das gedruckte Buch ist mit weitem Abstand das zentrale Medium.

Digitale Hörbücher / Hörbücher auf CD nutzen vor allem jüngere Kinder im Vorlesealter



10- bis 15-jährige Lesende 16- bis 19-jährige Lesende 20- bis 29-jährige Lesende Eltern 30+ Jahre



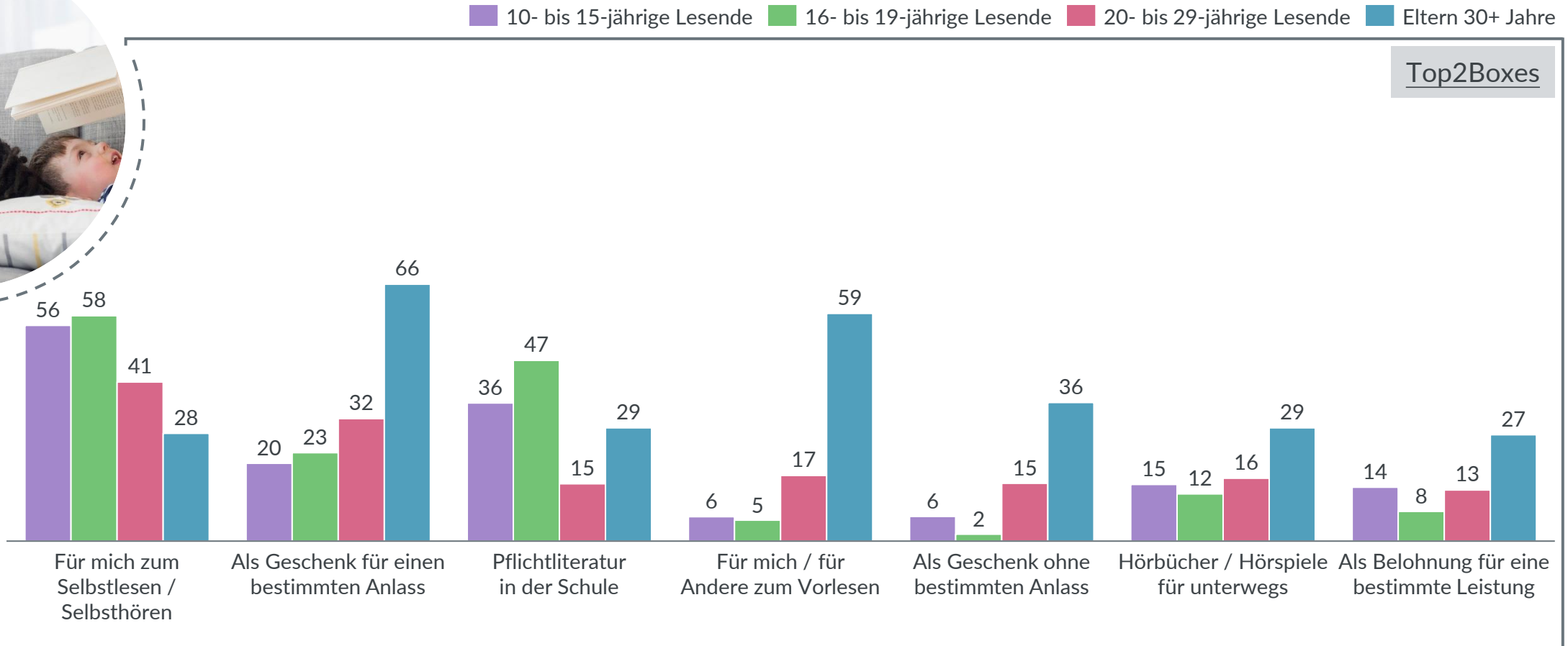
Frage 1.a: Welche Formate nutzt du / nutzen Sie, wenn es um Bücher (für Kinder, Jugendliche oder junge Erwachsene) geht?
Basis: 10- bis 15-Jährige: n= 434; 16- bis 19-Jährige: n= 184; 20-bis 29-Jährige: n=204; 30+-Jährige: n= 546 | Angaben in %



Kaufanlässe / Kaufzwecke

Zielgruppen | Kaufzweck von Büchern

56 % der jüngsten Zielgruppe kauft sich Bücher für Kinder, Jugendliche oder junge Erwachsene (auch) selbst. Auch 28 % der Eltern kaufen Bücher dieser Kategorien für den Eigenbedarf

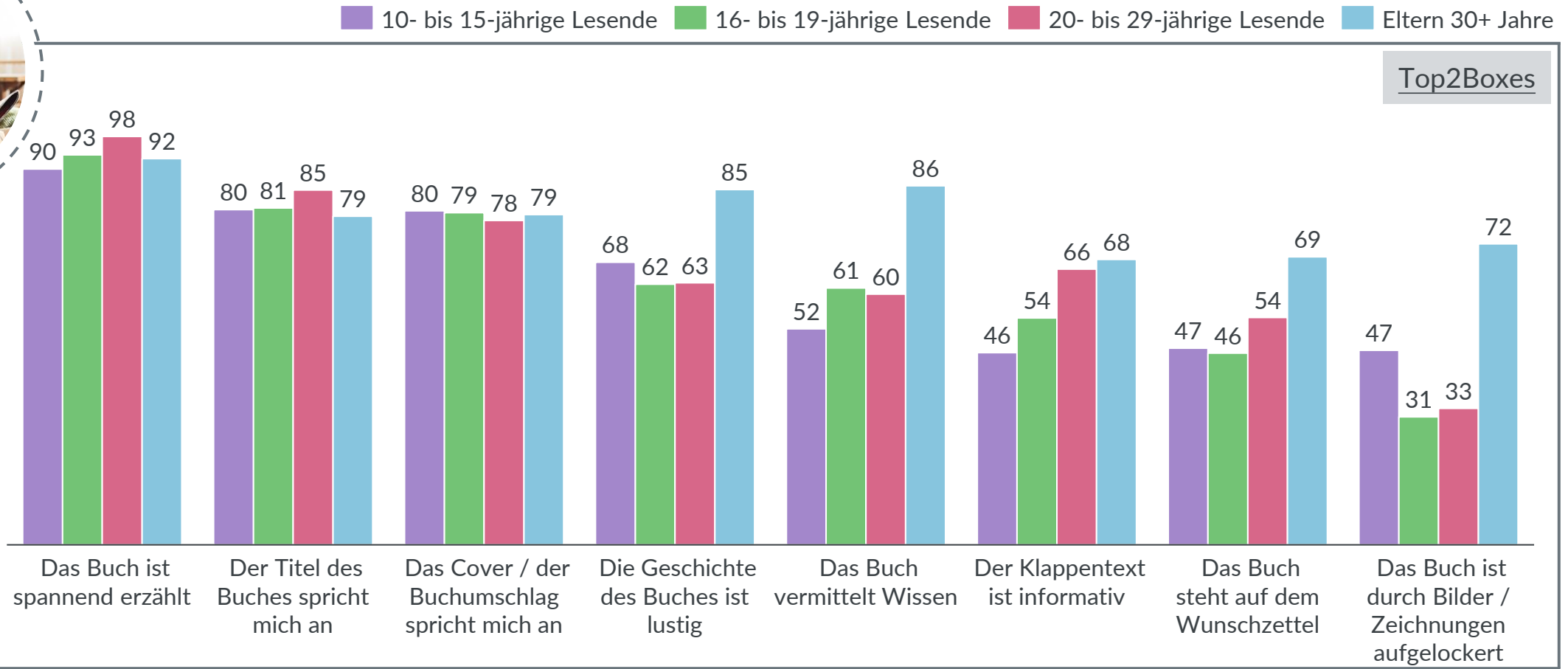




Buchauswahl

Zielgruppen | Wichtigste Aspekte bei der Buchauswahl

Wenig Unterschiede in den Top-Kriterien bei den Altersgruppen zwischen 10 und 29 Jahren, Eltern sind Wissensvermittlung und lustige Geschichten wichtiger bei der Buchauswahl



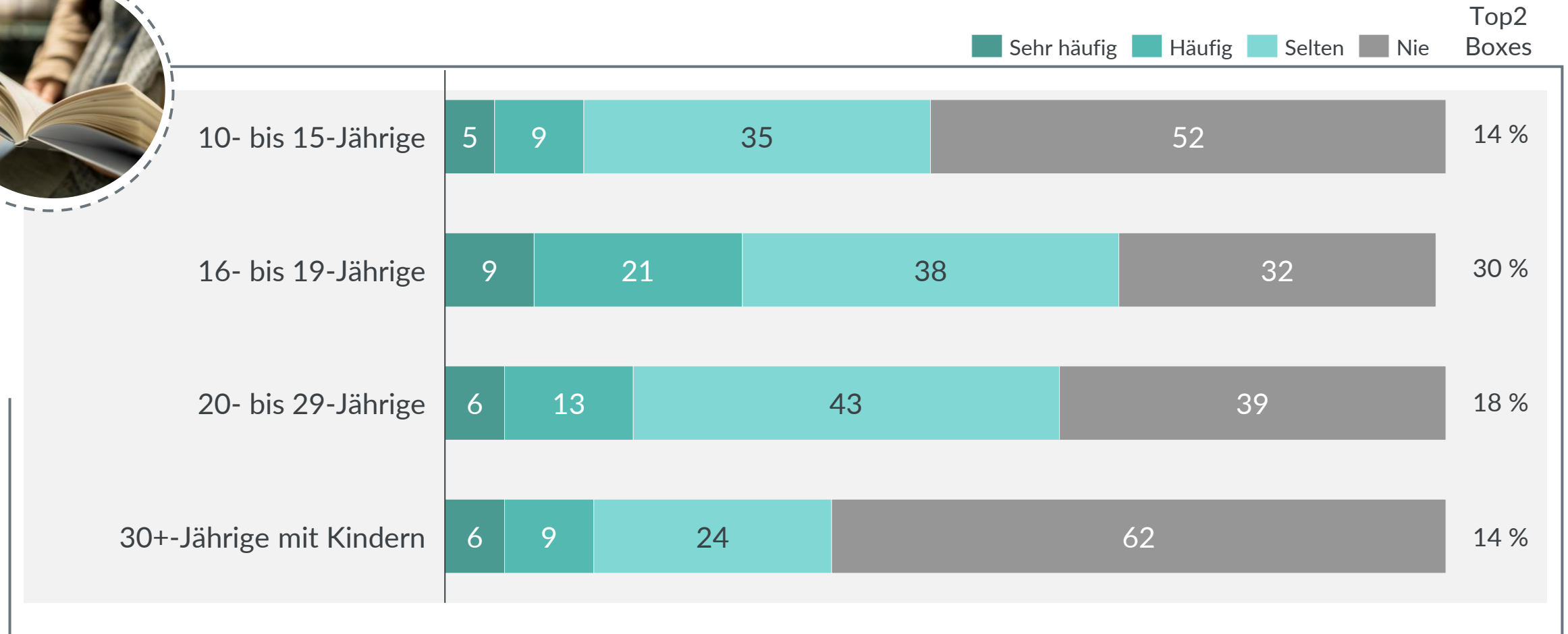
Frage 3: Wie wichtig sind dir / Ihnen die folgenden Aspekte bei der Auswahl eines Buches (für Kinder und Jugendliche)? | Basis: 10- bis 15-Jährige: n= 434; 16- bis 19-Jährige: n= 184; 20-bis 29-Jährige: n= 204; 30+-Jährige: n=546 | Skala: 1 = „überhaupt nicht wichtig“ und 4 = „sehr wichtig“ | Top2Boxes: 3 + 4 | Angaben in %



Lesen in Originalsprache

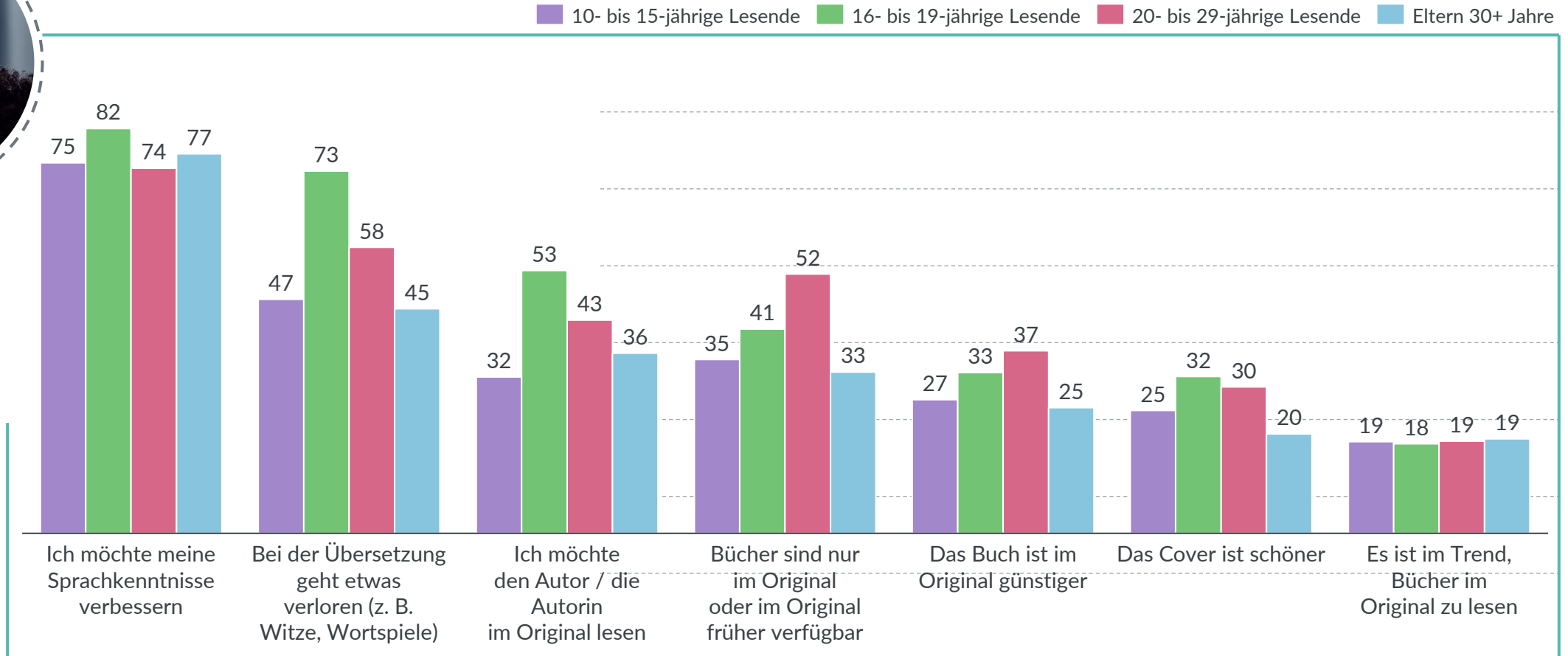
Überblick | Häufigkeit des Lesens in Originalsprache

30 % der 16- bis 19-jährigen Lesenden lesen (sehr) häufig Bücher in Originalsprache



Überblick | Gründe für das Lesen in Originalsprache

Die Verbesserung der Sprachkenntnisse ist der Hauptgrund für das Lesen im Original



Frage 5: Wenn du / Sie mindestens selten Bücher in der Originalsprache liest / lesen (Frage 4.): wie wichtig sind die folgenden Aspekte für die Auswahl des Buches in der Originalsprache? | Basis: 10- bis 15-Jährige: n= 223; 16- bis 19-Jährige: n= 119; 20- bis 29-Jährige: n= 122; 30+-Jährige: n= 203 | Skala: 1 = „überhaupt nicht wichtig“ und 4 = „sehr wichtig“ | | Top2Boxes: 3 + 4 | Angaben in %



Kontaktpunkte bei der Auswahl von Büchern

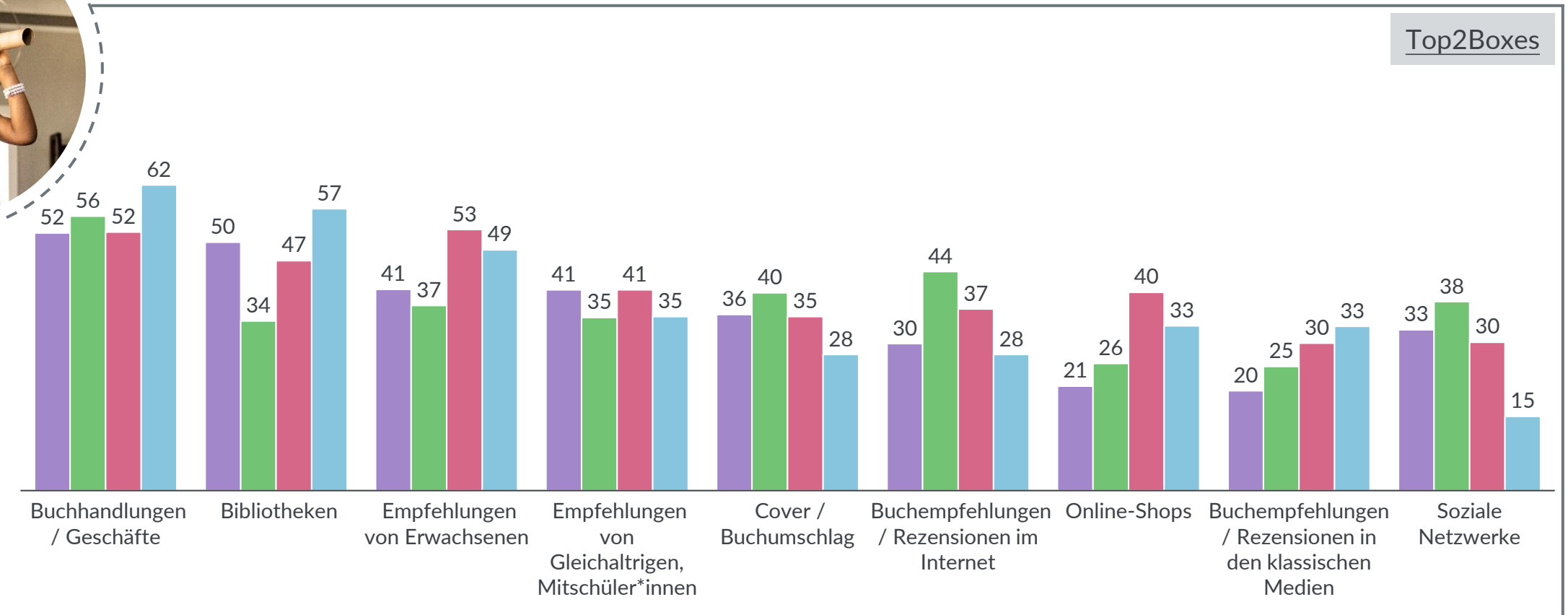
Zielgruppen | Top-Kontaktpunkte

Buchhandlungen spielen beim Entdecken von Büchern in allen Zielgruppen eine wichtige Rolle



10- bis 15-jährige Lesende 16- bis 19-jährige Lesende 20- bis 29-jährige Lesende Eltern 30+ Jahre

Top2Boxes

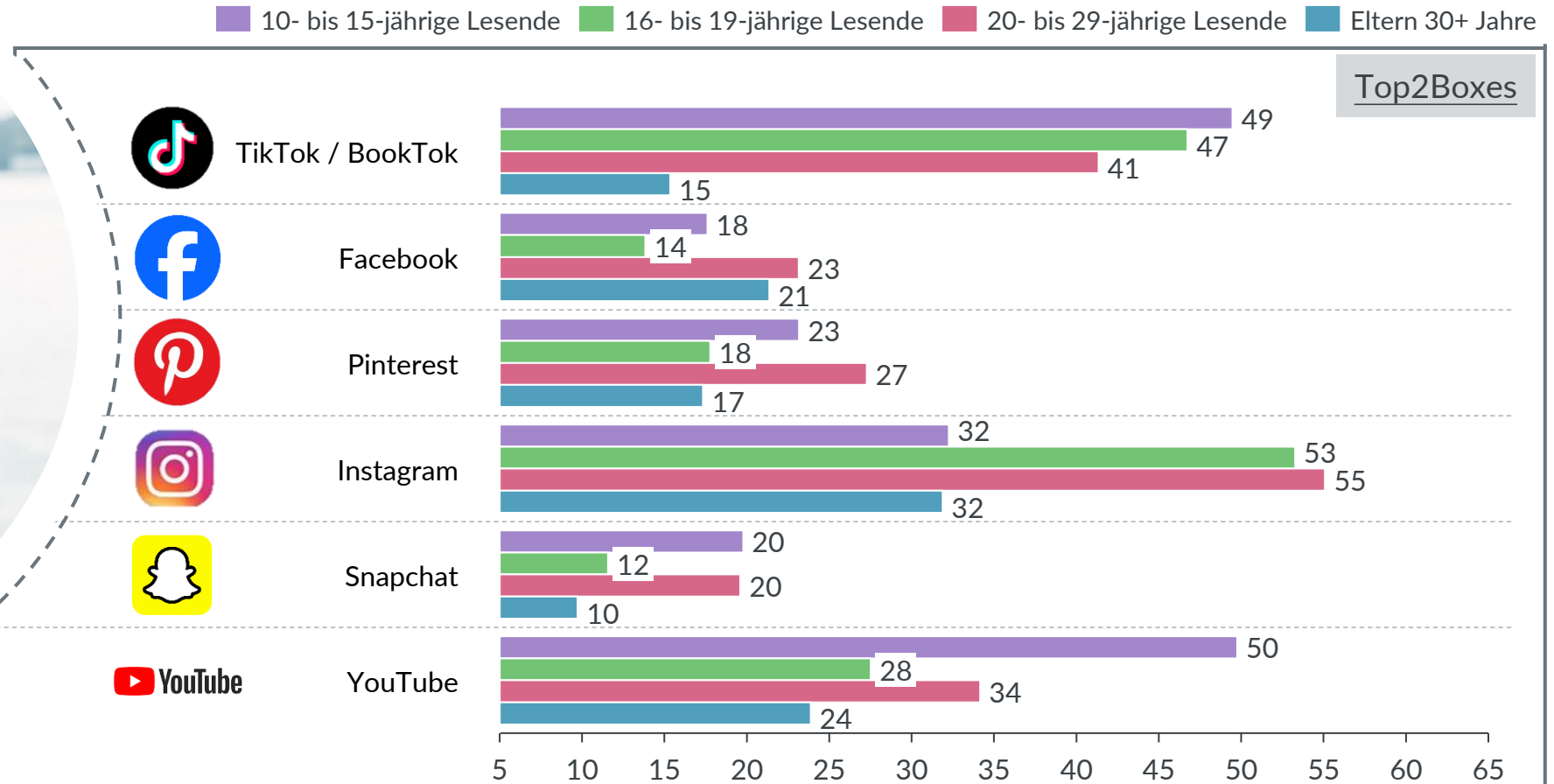




Deep Dive: Soziale Netzwerke als Buch-Informationsquelle

Zielgruppen | Soziale Netzwerke als Buch-Informationsquelle

TikTok und YouTube spielen bei 10- bis 15-jährigen Lesenden eine große Rolle. Instagram ist Platz 1 bei 16- bis 29-Jährigen. Eltern suchen eher selten in Soz. Medien nach Büchern für Kinder



Frage 7: Wie wichtig sind dir / Ihnen die folgenden Sozialen Netzwerke als Informationsquelle, wenn es um Bücher (für Kinder und Jugendliche) geht? | Basis: 10- bis 15-Jährige: n= 256; 16- bis 19-Jährige: n= 112; 20- bis 29-Jährige: n=113; 30+-Jährige: 204 | Skala: 1 = „überhaupt nicht wichtig“ und 4 = „sehr wichtig“ | Top2Boxes: 3 + 4 | Angaben in %

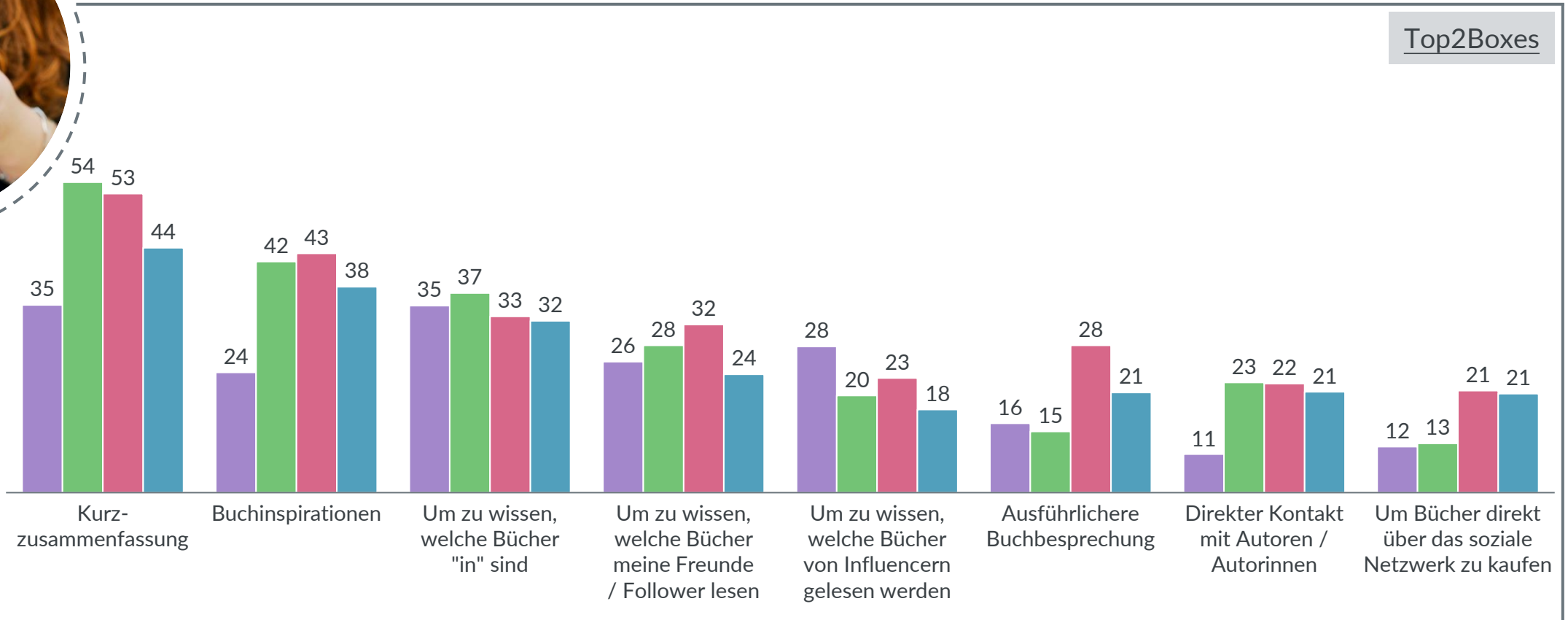
Zielgruppen | Nutzungszweck Soziale Netzwerke

Buch-Zusammenfassungen sind in den Sozialen Netzwerken für alle Altersgruppen am wichtigsten



■ 10- bis 15-jährige Lesende
 ■ 16- bis 19-jährige Lesende
 ■ 20- bis 29-jährige Lesende
 ■ Eltern 30+ Jahre

Top2Boxes



Frage 8: Bitte gib / geben Sie an, wie wichtig dir /Ihnen folgende Aspekte bei sozialen Netzwerken in Bezug auf Bücher (für Kinder und Jugendliche) sind.

Basis: 10- bis 15-Jährige: n= 256; 16- bis 19-Jährige: n= 112; 20- bis 29-Jährige: n= 113; 30+-Jährige: n= 204

Skala: 1 = „überhaupt nicht wichtig“ und 4 = „sehr wichtig“ | Top2Boxes: 3 + 4 | Angaben in %



Generelle Informationsquellen und der Stellenwert von Büchern

10- bis 15-jährige Lesende | Informationsquellen & Stellenwert von Büchern I

Ein Fünftel nutzt Bücher zu Liebe & Sexualität sowie zum Thema Persönlichkeitsentwicklung



10- bis 15-jährige Lesende

 Für dieses Thema ist das Buch für mindestens 20% der Lesenden relevant



		Genutzte Informationsquelle					
		Bücher	TV / Streaming	Zeitschriften / Zeitungen	Online Suchmaschinen	Soziale Netzwerke	Persönlicher Kontakt zu anderen
Entertainment	Gaming	6	16	4	28	62	45
	Filme / Serien	5	42	8	25	45	39
	Superhelden (z. B. Spider-Man)	10	34	11	25	43	27
	Marken (z. B. LEGO)	10	14	17	36	37	33
Lifestyle	Mode / Makeup	5	8	13	23	67	35
	Promis / Influencer*innen	2	9	9	20	77	20
	Life Hacks	8	6	6	19	82	13
Mein Leben	Liebe & Sexualität (auch LGBTQ+)	20	5	6	31	44	44
	Freundschaft	14	3	2	10	28	72
	Persönlichkeitsentwicklung	20	3	6	20	33	59

10- bis 15-jährige Lesende | Informationsquellen & Stellenwert von Büchern II

Ein Drittel nutzt Bücher fürs Kochen/Backen, rund ein Viertel für Themen aus Politik & Gesellschaft



10- bis 15-jährige Lesende

 Für dieses Thema ist das Buch für mindestens 20% der Lesenden relevant



		Genutzte Informationsquelle					
		Bücher	TV / Streaming	Zeitschriften / Zeitungen	Online Suchmaschinen	Soziale Netzwerke	Persönlicher Kontakt zu anderen
Hobby	Basteln	24	4	11	31	50	25
	Kochen, Backen	33	6	13	34	44	29
	Nähen	23	1	9	28	38	37
	Zeichnen, Malen, Fotografieren etc.	22	5	7	34	55	29
	Sport	11	17	7	25	52	40
Meine Umwelt / Interessensgebiete	Natur, Klimawandel, Nachhaltigkeit	24	21	12	35	41	35
	Experimente, Naturwissenschaften	28	12	8	35	38	21
	Geschichte, Politik, Geografie	29	18	12	43	31	27
	Andere Länder & Kulturen	23	19	7	42	39	29
	Kunst, Philosophie	21	8	10	41	41	28

16- bis 19-jährige Lesende | Informationsquellen & Stellenwert von Büchern I

Knapp ein Viertel liest Bücher zum Thema Persönlichkeitsentwicklung



16- bis 19-jährige Lesende

 Für dieses Thema ist das Buch für mindestens 20% der Lesenden relevant



Genutzte Informationsquelle

		Bücher	TV / Streaming	Zeitschriften / Zeitungen	Online Suchmaschinen	Soziale Netzwerke	Persönlicher Kontakt zu anderen
Entertainment	Gaming	3	18	8	45	68	48
	Filme / Serien	2	46	9	32	57	46
	Superhelden (z. B. Spider-Man)	13	37	4	38	43	34
	Marken (z. B. LEGO)	1	9	11	62	41	27
Lifestyle	Mode / Makeup	1	8	4	18	81	46
	Promis / Influencer*innen	0	15	7	20	91	17
	Life Hacks	2	1	3	18	88	18
Mein Leben	Liebe & Sexualität (auch LGBTQ+)	19	7	8	32	66	52
	Freundschaft	15	2	2	8	43	76
	Persönlichkeitsentwicklung	24	4	3	20	59	59

16- bis 19-jährige Lesende | Informationsquellen & Stellenwert von Büchern II

Neben Hobbies sind Bücher auch für naturwissenschaftliche / geschichtliche Themen relevant



16- bis 19-jährige Lesende

 Für dieses Thema ist das Buch für mindestens 20% der Lesenden relevant



Genutzte Informationsquelle

		Bücher	TV / Streaming	Zeitschriften / Zeitungen	Online Suchmaschinen	Soziale Netzwerke	Persönlicher Kontakt zu anderen
Hobby	Basteln	21	7	15	36	74	34
	Kochen, Backen	42	4	13	36	65	33
	Nähen	24	5	20	44	49	32
	Zeichnen, Malen, Fotografieren etc.	25	5	10	37	74	33
	Sport	7	22	9	40	70	45
Meine Umwelt / Interessensgebiete	Natur, Klimawandel, Nachhaltigkeit	23	21	20	46	66	39
	Experimente, Naturwissenschaften	32	17	14	48	43	30
	Geschichte, Politik, Geografie	28	21	16	52	57	31
	Andere Länder & Kulturen	12	20	11	46	61	28
	Kunst, Philosophie	21	12	14	47	53	31

20- bis 29-jährige Lesende | Informationsquellen & Stellenwert von Büchern I

29 % der 20- bis 29-jährigen Lesenden lesen Bücher zum Thema Persönlichkeitsentwicklung



20- bis 29-jährige Lesende

 Für dieses Thema ist das Buch für mindestens 20% der Lesenden relevant



Genutzte Informationsquelle

		Bücher	TV / Streaming	Zeitschriften / Zeitungen	Online Suchmaschinen	Soziale Netzwerke	Persönlicher Kontakt zu anderen
Entertainment	Gaming	9	19	10	39	54	54
	Filme / Serien	9	51	12	36	48	49
	Superhelden (z. B. Spider-Man)	11	46	7	29	33	34
	Marken (z. B. LEGO)	5	13	13	61	28	31
Lifestyle	Mode / Makeup	2	16	18	29	57	33
	Promis / Influencer*innen	2	15	6	28	76	16
	Life Hacks	7	9	7	34	77	18
Mein Leben	Liebe & Sexualität (auch LGBTQ+)	24	13	10	44	42	54
	Freundschaft	19	10	8	19	39	66
	Persönlichkeitsentwicklung	29	11	11	32	36	54

20- bis 29-jährige Lesende | Informationsquellen & Stellenwert von Büchern II

Bei Kochen & Backen liegen Bücher hoch im Kurs, aber auch bei Geschichte etc. und Kulturen



20- bis 29-jährige Lesende

 Für dieses Thema ist das Buch für mindestens 20% der Lesenden relevant



		Genutzte Informationsquelle					
		Bücher	TV / Streaming	Zeitschriften / Zeitungen	Online Suchmaschinen	Soziale Netzwerke	Persönlicher Kontakt zu anderen
Hobby	Basteln	24	5	16	46	59	39
	Kochen, Backen	40	5	13	55	48	35
	Nähen	27	0	10	38	44	53
	Zeichnen, Malen, Fotografieren etc.	27	10	13	47	54	37
	Sport	12	20	15	36	57	44
Meine Umwelt / Interessensgebiete	Natur, Klimawandel, Nachhaltigkeit	21	21	18	48	43	33
	Experimente, Naturwissenschaften	29	22	12	51	28	20
	Geschichte, Politik, Geografie	33	28	17	52	35	28
	Andere Länder & Kulturen	33	26	19	52	44	31
	Kunst, Philosophie	27	23	13	42	32	31

Bock auf Buch! – Wie junge Menschen heute Bücher finden und kaufen

