

# **Buchkäufer und -leser 2015**

## **Profile, Motive, Einstellungen**

Frankfurt am Main, 14. Oktober 2015

**Börsenverein des  
Deutschen Buchhandels**

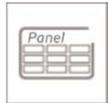


# Zielsetzung und methodische Anlage der Studie



## Methoden

### Panel



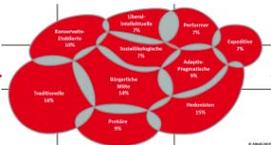
Es handelt sich um das GfK Verbraucherpanel Media\*Scope Buch mit insgesamt 25.000 Personen, die kontinuierlich mittels eines Einkaufstagebuchs zu ihren privaten Bucheinkäufen befragt werden. Das Panel Media\*Scope Buch ist eine Quotenstichprobe und ist repräsentativ für die deutsche Wohnbevölkerung ab 10 Jahren (67,8 Millionen Menschen).

### Befragung



Schriftliche Konsumentenbefragung (online bzw. paper & pencil) zu Motiven und Vorlieben der Buchkäufer und -leser im GfK Verbraucherpanel Media\*Scope. Befragt wurden im Mai 2008 10.000 Personen ab 10 Jahre, im Januar 2015 10.000 Personen ab 11 Jahre. Die Ergebnisse sind repräsentativ für private Deutsche.

### Sinus-Milieus

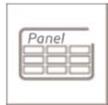


Für die Auswertung der Ergebnisse nach Sinus-Milieus wurde die Sinus-Kennung für Teilnehmer ab 15 Jahre genutzt, die im Rahmen einer Kooperation zwischen Sinus und der GfK dem GfK Verbraucherpanel Media\*Scope Buch zugespielt wurde.

Sämtliche Daten des Panels und der Ad-hoc-Befragung wurden nach Unterschieden zwischen den Sinus-Milieus analysiert.

## Basis der Erhebungen

### Panel\*



Die Erhebungen zum Kaufverhalten stammen aus dem GfK Verbraucherpanel Media\*Scope Buch. Dies ist eine repräsentative **Stichprobe für private Deutsche ab 10 Jahre** zur kontinuierlichen Erhebung des Kaufverhaltens. Ergebnisse rein aus dem Verbraucherpanel werden für diese Gruppe ausgewiesen.

### Befragung\*



Die Konsumentenbefragung zu Motiven, Einstellungen und Vorlieben der Buchkäufer und -leser umfasst im Januar 2015 Personen **ab 11 Jahre**, im Mai 2008 Personen **ab 10 Jahre**. Die Ergebnisse sind repräsentativ für private Deutsche. Ergebnisse rein aus der Konsumentenbefragung werden für diese Gruppe ausgewiesen.

### Sinus-Milieus

Für die Auswertung der Befragungsergebnisse und der Daten aus dem Verbraucherpanel nach Sinus-Milieus wurde die Sinus-Kennung für Teilnehmer **ab 15 Jahre** genutzt. Diese Ergebnisse werden demnach für diese Gruppe ausgewiesen.

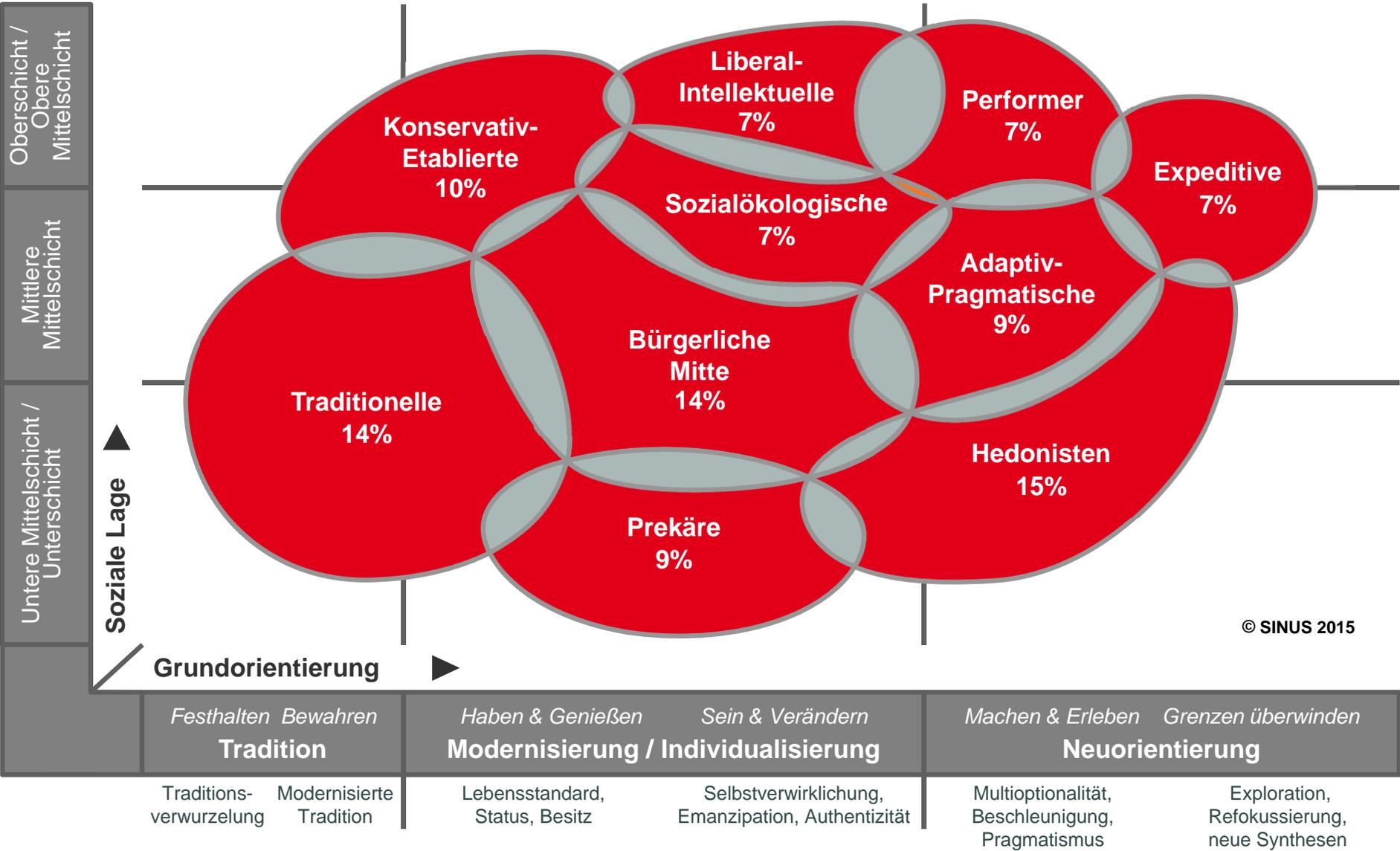
\*Wenn sich Panel- oder Befragungsdaten für eine bessere Vergleichbarkeit mit den Sinus-Milieus in einzelnen Fällen ebenfalls auf private Deutsche **ab 15 Jahre beziehen**, wird dies gesondert ausgewiesen.

# Vorstellung der Sinus- Milieus



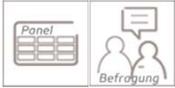
- Die Grafik auf der folgenden Seite zeigt die aktuelle Milieu-Landschaft und die Position der verschiedenen Milieus in der deutschen Gesellschaft nach **sozialer Lage** und **Grundorientierung**.
- Je höher ein bestimmtes Milieu in dieser Grafik angesiedelt ist, desto gehobener sind Bildung, Einkommen und Berufsgruppe; je weiter es sich nach rechts erstreckt, desto moderner im soziokulturellen Sinn ist die Grundorientierung des jeweiligen Milieus.
- In dieser „**strategischen Landkarte**“ können Produkte, Marken und Medien positioniert werden.
- Was die Grafik auch zeigt: Die Grenzen zwischen den Milieus sind fließend; Lebenswelten sind nicht so (scheinbar) exakt eingrenzbar wie soziale Schichten. SINUS nennt das die „**Unschärfe-Relation der Alltagswirklichkeit**“.

# Die Sinus-Milieus® in Deutschland 2015

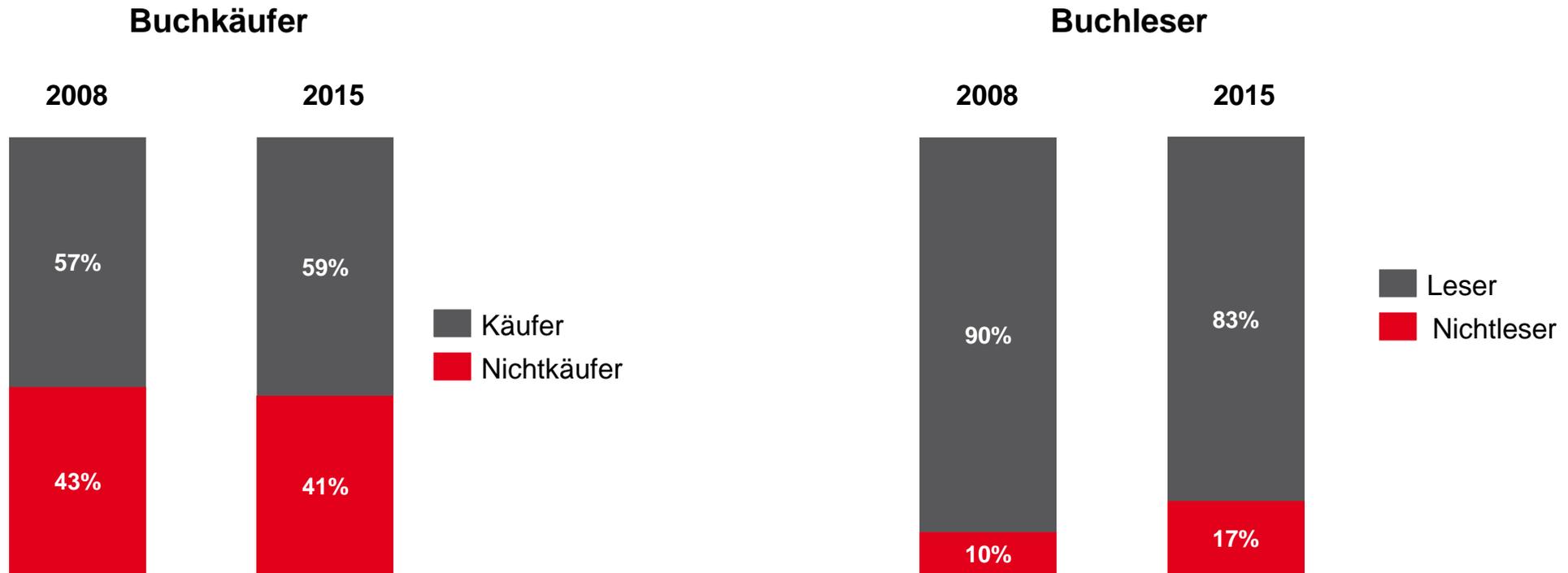


# **Buchkäufer und -leser Strukturen, Kennzahlen und Einstellungen**





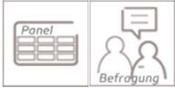
## Trotz steigender Medienkonkurrenz: Stabilität bei Käufern und Lesern



Frage: Haben Sie in den letzten 12 Monaten Bücher gekauft?  
 Basis 2008 und 2015: 10.000 Personen (ohne k. A.),  
 Jahr 2008 ab 10 Jahre, Jahr 2015 ab 11 Jahre  
 Quelle: GfK Consumer Panels im Auftrag des  
 Börsenvereins des Deutschen Buchhandels

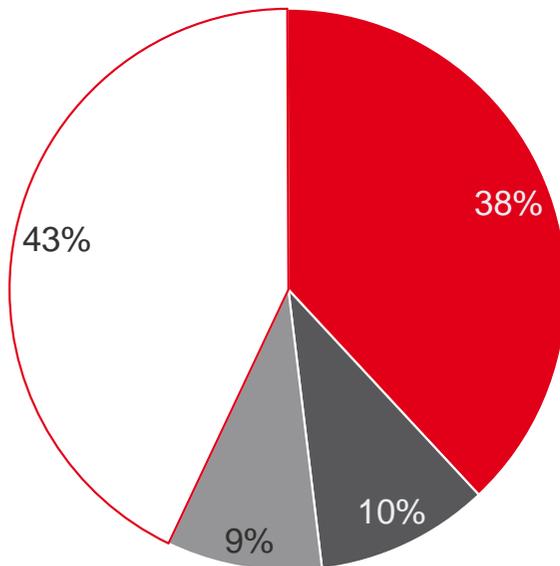
Frage: Wie viele Bücher haben Sie aus den nachfolgend genannten  
 Bereichen in den letzten 12 Monaten gelesen oder teilweise gelesen?  
 Gesamtposition  
 Basis 2008 und 2015: 10.000 Personen (ohne k. A.),  
 Jahr 2008 ab 10 Jahre, Jahr 2015 ab 11 Jahre  
 Quelle: GfK Consumer Panels im Auftrag des  
 Börsenvereins des Deutschen Buchhandels

Buchkäufer  
Käuferstruktur

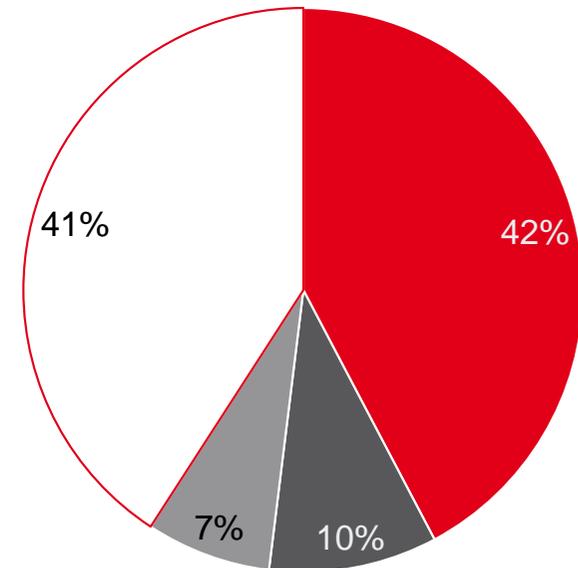


## Der Anteil der Käufer ist angestiegen

Gesamt 2008



Gesamt 2015



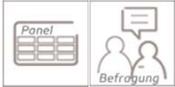
- Wenigkäufer
- Durchschnittskäufer
- Vielkäufer
- Nichtkäufer

Wenigkäufer bis 7 Bücher p.a.,  
Durchschnittskäufer zwischen 8 und 14 Bücher p.a.,  
Vielkäufer mehr als 14 Bücher p.a.

Frage: Haben Sie in den letzten 12 Monaten Bücher gekauft?

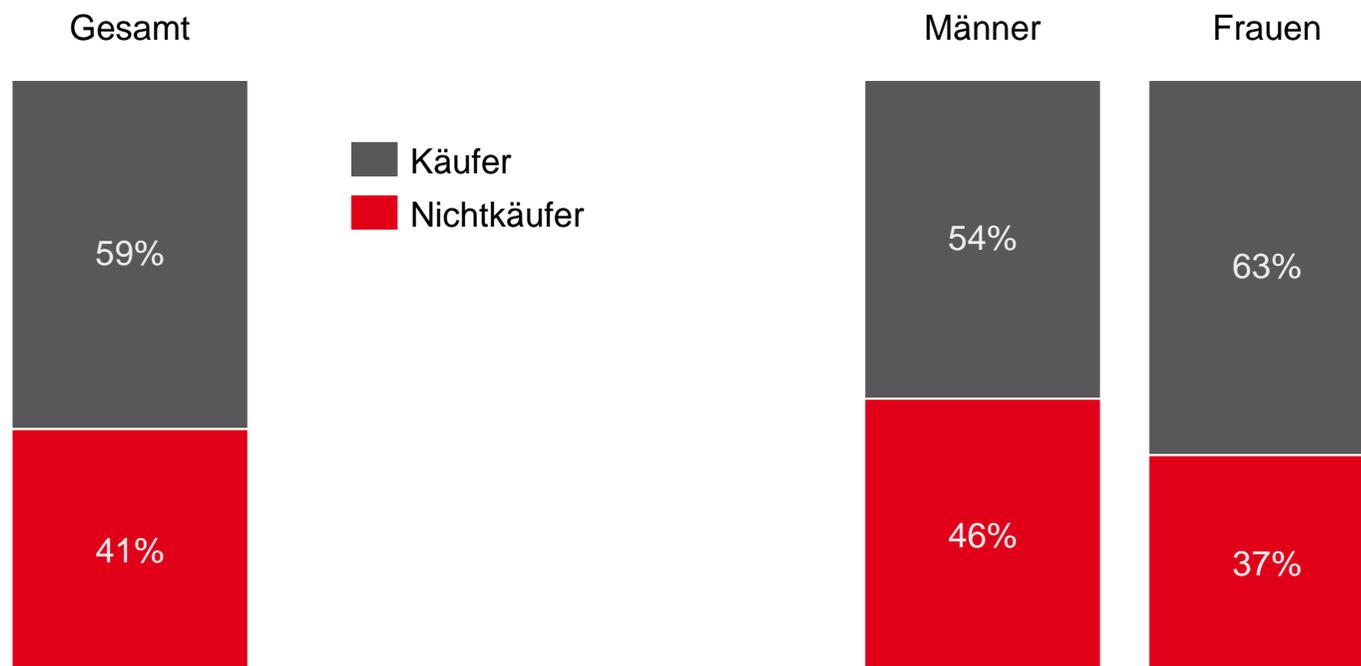
Basis 2008 und 2015: 10.000 Personen (ohne k. A.), Jahr 2008 ab 10 Jahre, Jahr 2015 ab 11 Jahre

Quelle: GfK Consumer Panels im Auftrag des  
Börsenvereins des Deutschen Buchhandels



## Käufer und Nichtkäufer nach Geschlecht

**54 Prozent der Männer und knapp 2/3 der Frauen haben in den letzten 12 Monaten mindestens ein Buch gekauft**

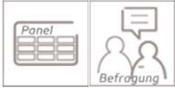


Frage: Haben Sie in den letzten 12 Monaten Bücher gekauft?

Basis 2015: 10.000 Personen ab 11 Jahre (ohne k. A.)

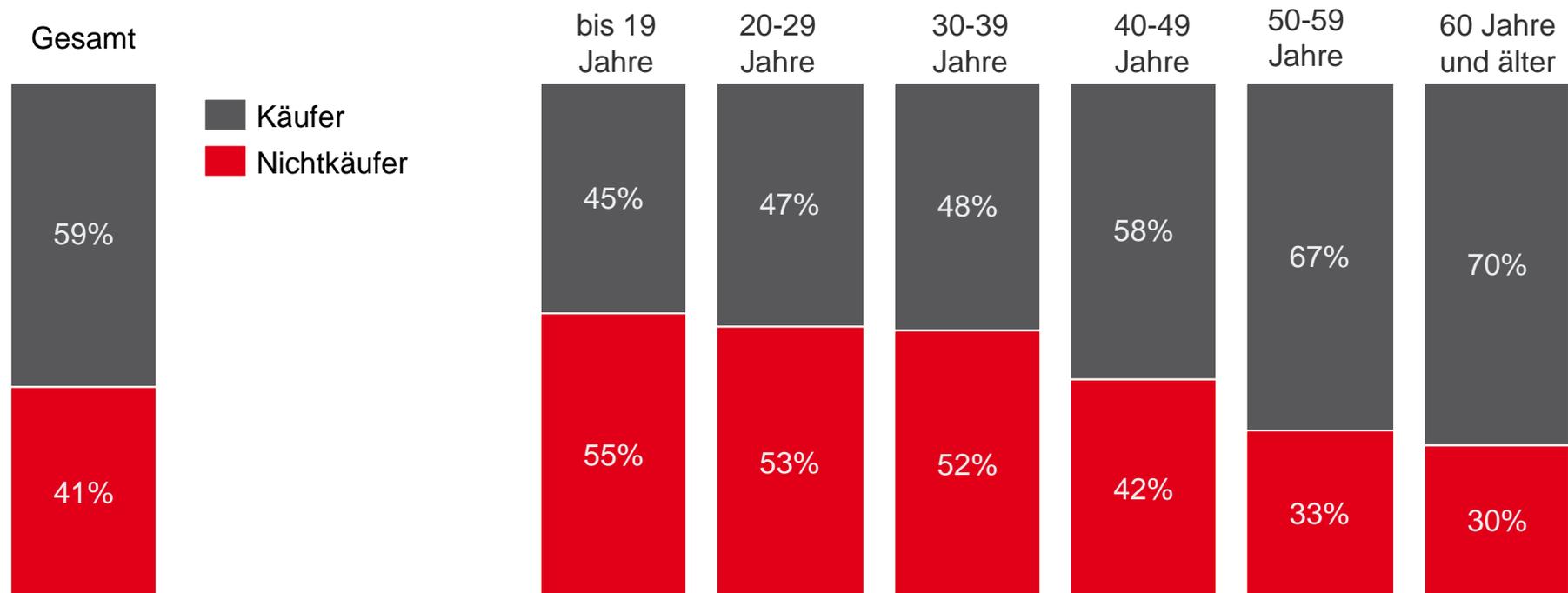
Quelle: GfK Consumer Panels im Auftrag des

Börsenvereins des Deutschen Buchhandels



## Käufer und Nichtkäufer nach Alter

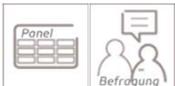
### Je älter desto höher der Anteil an Buchkäufern



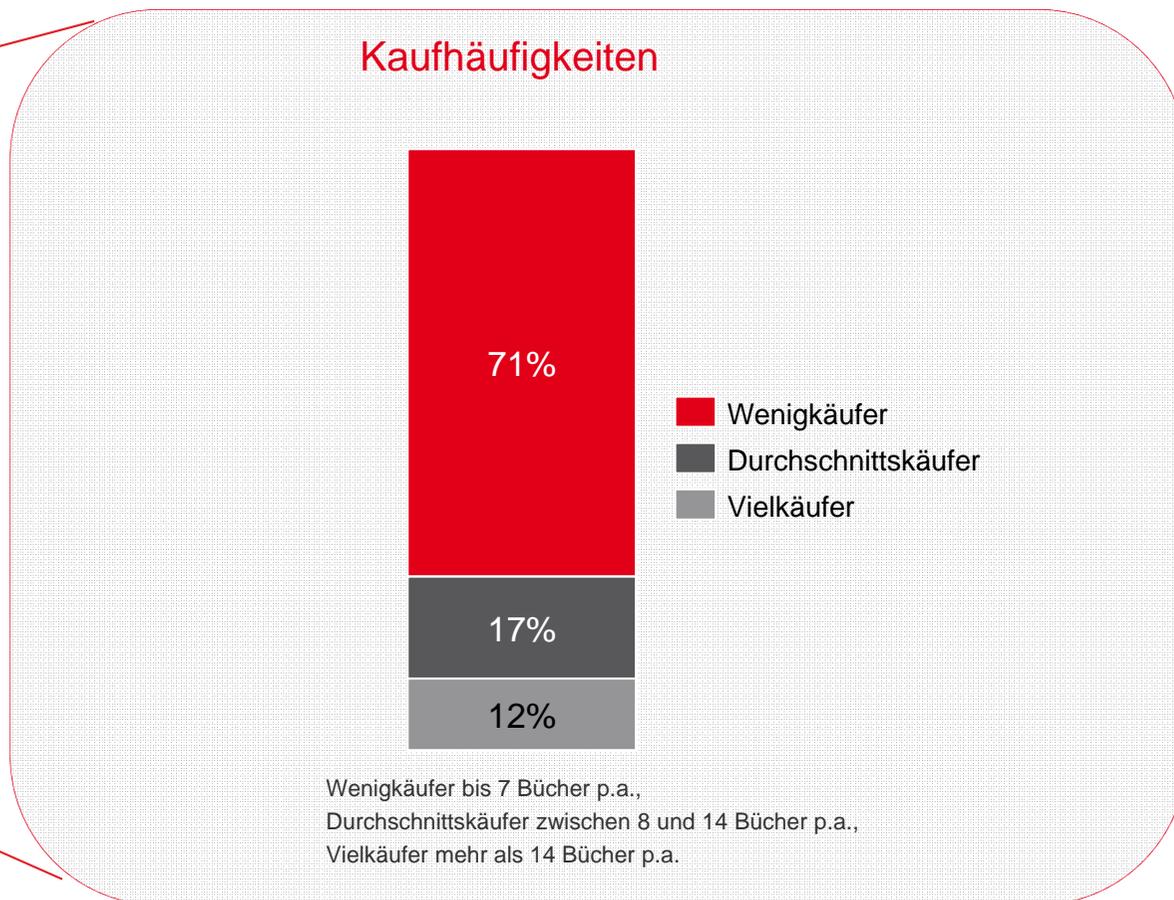
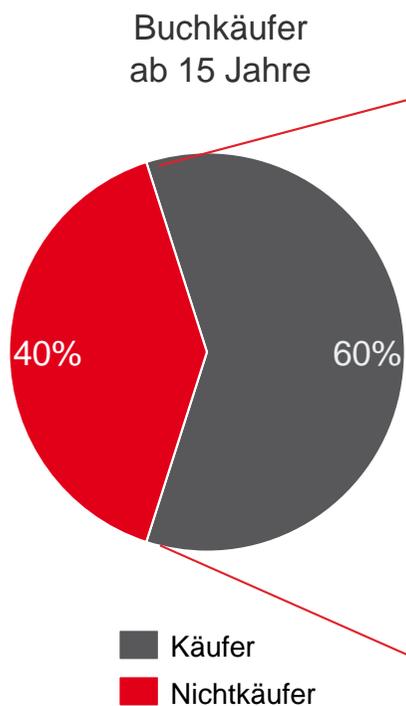
Frage: Haben Sie in den letzten 12 Monaten Bücher gekauft?

Basis 2015: 10.000 Personen ab 11 Jahre (ohne k. A.)

Quelle: GfK Consumer Panels im Auftrag des  
Börsenvereins des Deutschen Buchhandels



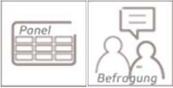
## 12 Prozent der Käufer (ab 15 Jahre) sind Vielkäufer mit mehr als 14 Büchern pro Jahr



Frage: Haben Sie in den letzten 12 Monaten Bücher gekauft?

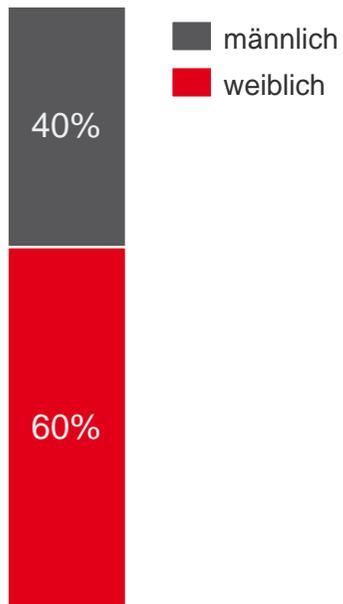
Basis: 2015: 10.000 Personen ab 15 Jahre (ohne k. A.)

Quelle: GfK Consumer Panels im Auftrag des  
Börsenvereins des Deutschen Buchhandels

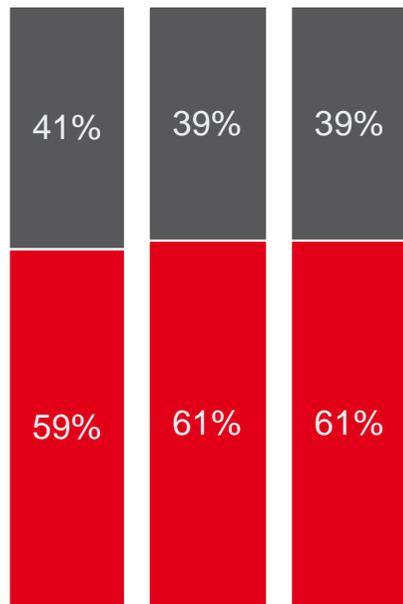


## Vielkäufer: Frauen und Personen, die älter als 50 Jahre sind

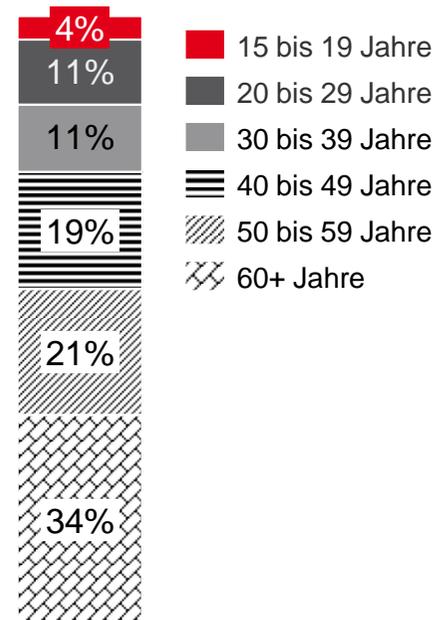
Buchkäufer ab 15 Jahre



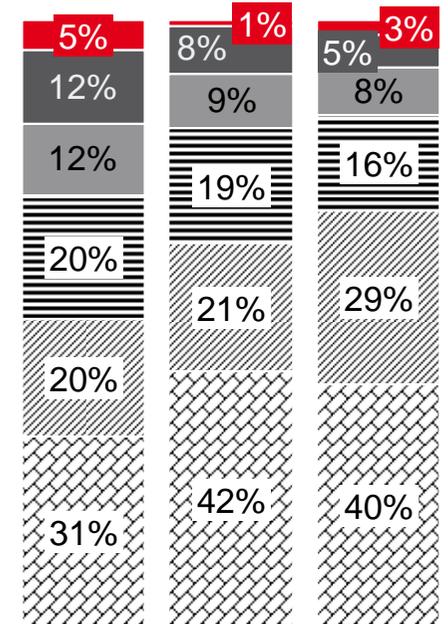
Wenigkäufer Durchschnittskäufer Vielkäufer



Buchkäufer ab 15 Jahre



Wenigkäufer Durchschnittskäufer Vielkäufer



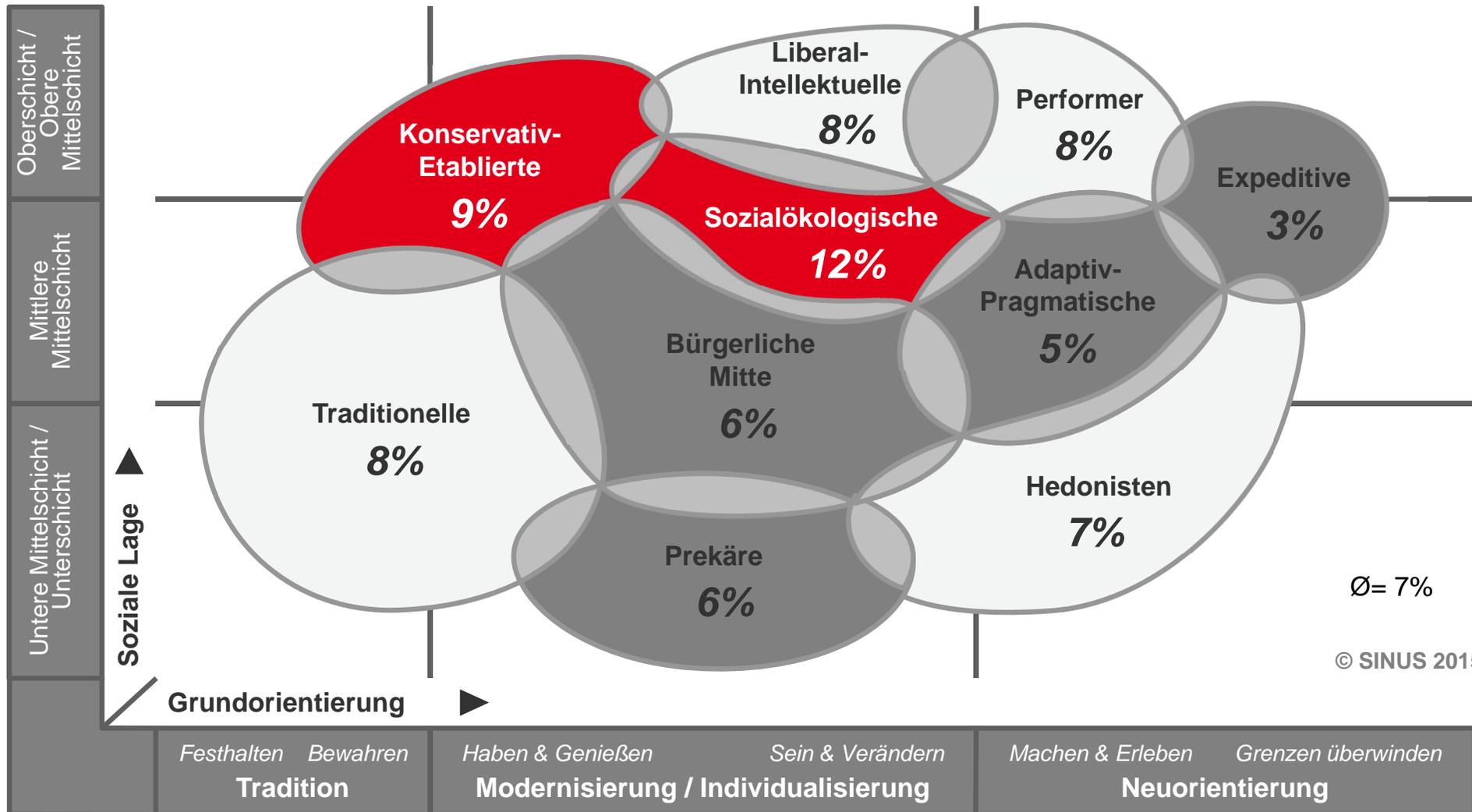
Frage: Haben Sie in den letzten 12 Monaten Bücher gekauft?

Basis: 2015: 10.000 Personen ab 15 Jahre (ohne k. A.)

Quelle: GfK Consumer Panels im Auftrag des

Börsenvereins des Deutschen Buchhandels

## Vielkäufer finden sich vor allem im sozialökologischen und konservativ-etablierten Milieu



Frage: Haben Sie in den letzten 12 Monaten Bücher gekauft?

Vielkäufer mehr als 14 Bücher p.a.

Basis: 2015: 8.929 Personen ab 15 Jahre

Quelle: GfK Consumer Panels im Auftrag des

Börsenvereins des Deutschen Buchhandels

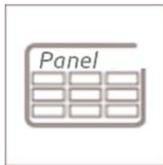
■ = überrepräsentiert

□ = durchschnittlich

■ = unterrepräsentiert

Buchkäufer

# Kennzahlen und Vorlieben



Ausgaben und weitere Kennzahlen

**Die Käufer kaufen zwar durchschnittlich weniger Titel, höhere bezahlte Preise führen aber zu höheren Ø-Ausgaben pro Käufer**

2008: 9,96 Euro



Ø bezahlter Preis  
10,61 Euro



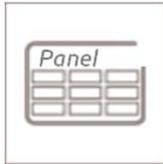
Ø Pro-Kopf-Intensitäten in Stück  
11,3 pro Jahr

2008: Ø 11,8 Stück



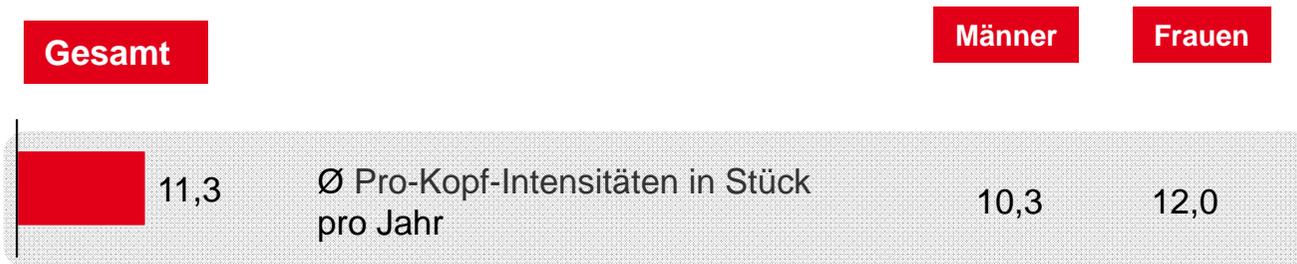
Ø Pro-Kopf-Ausgaben in Euro  
119,53 pro Jahr

2008: Ø 117,81 Euro



## Kaufintensitäten nach Alter und Geschlecht

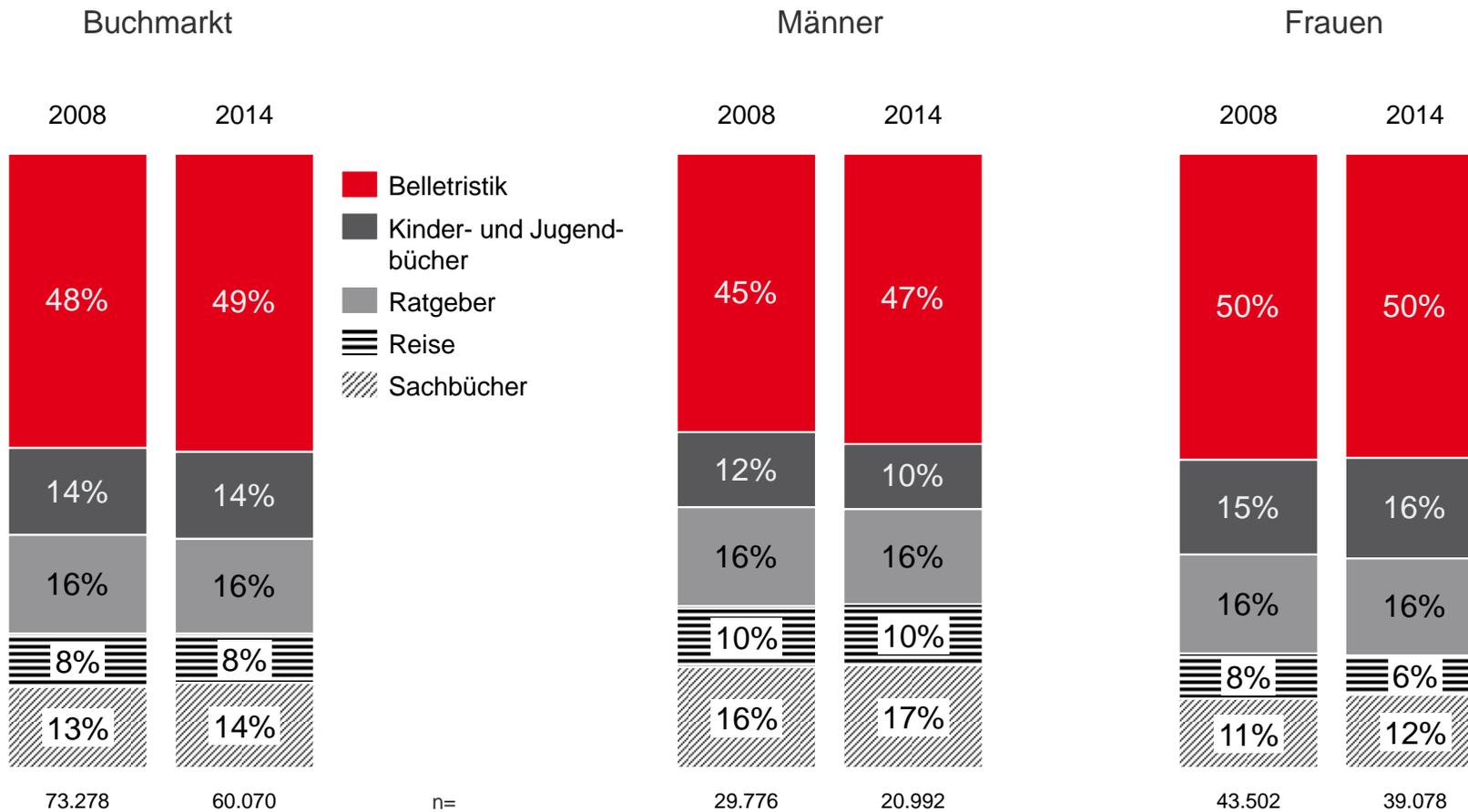
**Frauen kaufen im Schnitt 1,7 Bücher pro Jahr mehr als Männer. Die über 60-Jährigen kaufen durchschnittlich doppelt so viel wie die bis 19-Jährigen**





## Käuferstruktur: Genre nach Geschlecht

**Die Hälfte der Ausgaben für Bücher (ohne Schul- und Fachbücher) entfallen bei Frauen auf Belletristik. Männer geben anteilig mehr für Sachbücher aus**

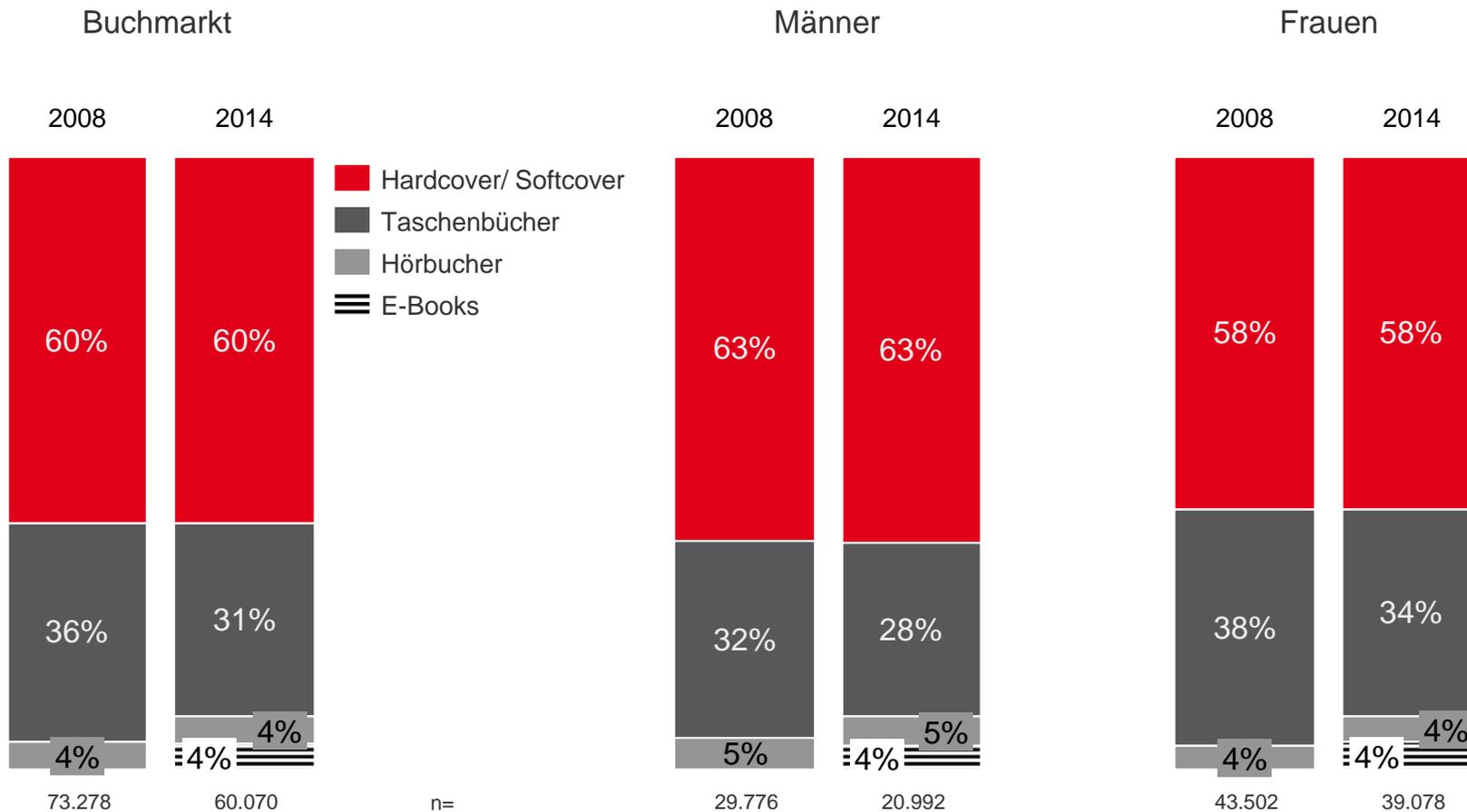


Basis: Ausgaben in %, Zeiträume jeweils Januar – Dezember  
 deutsche Privatpersonen ab 10 Jahren, **ohne Schul- und Fachbücher**,  
 aus dem GfK Consumer Panel Media\*Scope Buch  
 Basis 2008: n= 73.278  
 Basis 2014: n= 60.070

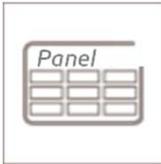


## Käuferstruktur: Format nach Geschlecht

# E-Books substituieren im Jahr 2014 Taschenbücher teilweise. Männer geben anteilig mehr für Hardcover/Softcover aus als Frauen

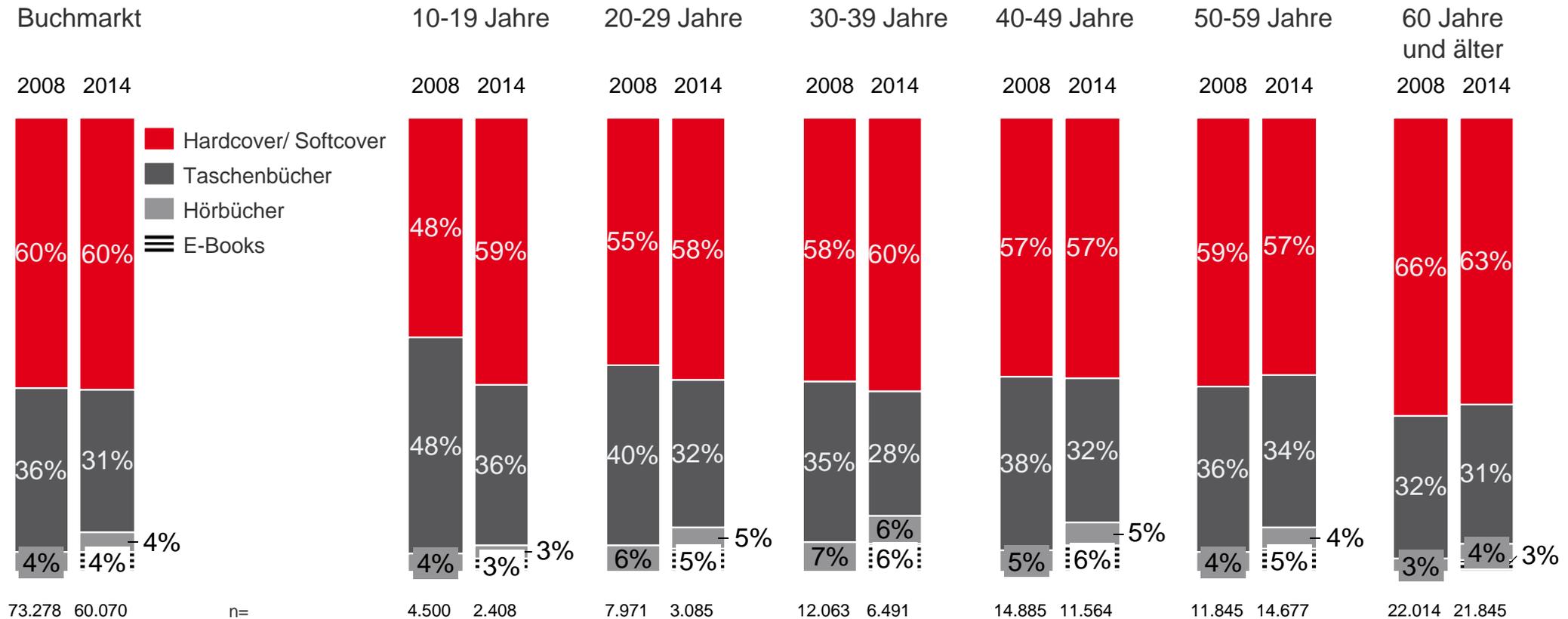


Basis: Ausgaben in %, Zeiträume jeweils Januar – Dezember  
deutsche Privatpersonen ab 10 Jahren, **ohne Schul- und Fachbücher**,  
aus dem GfK Consumer Panel Media\*Scope Buch  
Basis 2008: n= 73.278  
Basis 2014: n= 60.070



## Käuferstruktur: Format nach Alter

# In allen Altersklassen ist der Ausgaben-Anteil für Taschenbücher im Vergleich zu 2008 gesunken

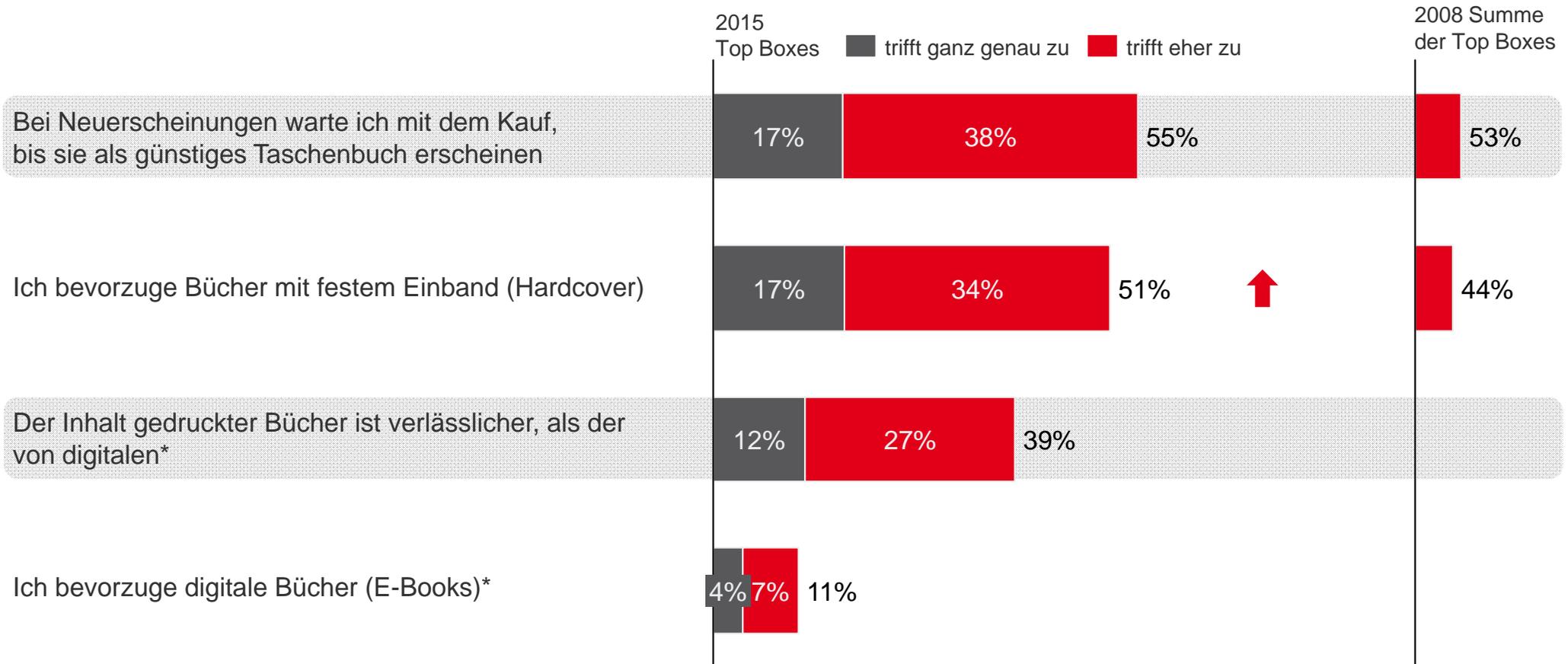


Basis: Ausgaben in %, Zeiträume jeweils Januar – Dezember  
 deutsche Privatpersonen ab 10 Jahren, **ohne Schul- und Fachbücher**,  
 aus dem GfK Consumer Panel Media\*Scope Buch  
 Basis 2008: n= 73.278  
 Basis 2014: n= 60.070



## Formatvorlieben

# Hardcover werden beliebter



↑ ↓ Veränderung zum Jahr 2008  
Differenz > 5% wurde durch Pfeile gekennzeichnet

Frage: Im Folgenden finden Sie Aussagen zum Kauf und Lesen von Büchern.

Inwieweit treffen diese Aussagen auf Sie persönlich zu?

Basis 2008 und 2015: 10.000 Personen (ohne k. A.), Jahr 2008 ab 10 Jahre, Jahr 2015 ab 11 Jahre

\* Statement neu in 2015 abgefragt

Quelle: GfK Consumer Panels im Auftrag des Börsenvereins des Deutschen Buchhandels

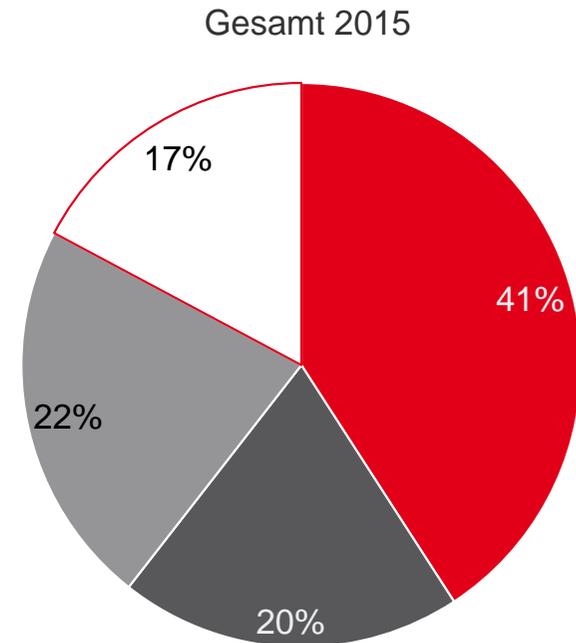
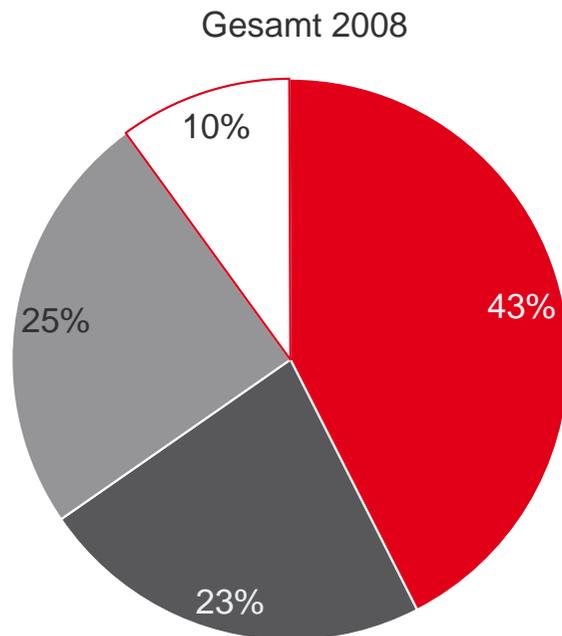
Buchleser

# Leserstruktur



## Leser und Nicht-Leser

# Das Medienangebot weitet sich aus, der Anteil der Leser sinkt trotzdem nur leicht



Wenigleser bis 9 Bücher p.a.,  
Durchschnittsleser zwischen 10 und 18 Bücher p.a.,  
Vielleser mehr als 18 Bücher p.a.

Frage: Wie viele Bücher haben Sie aus den nachfolgend genannten Bereichen in den letzten 12 Monaten gelesen oder teilweise gelesen?

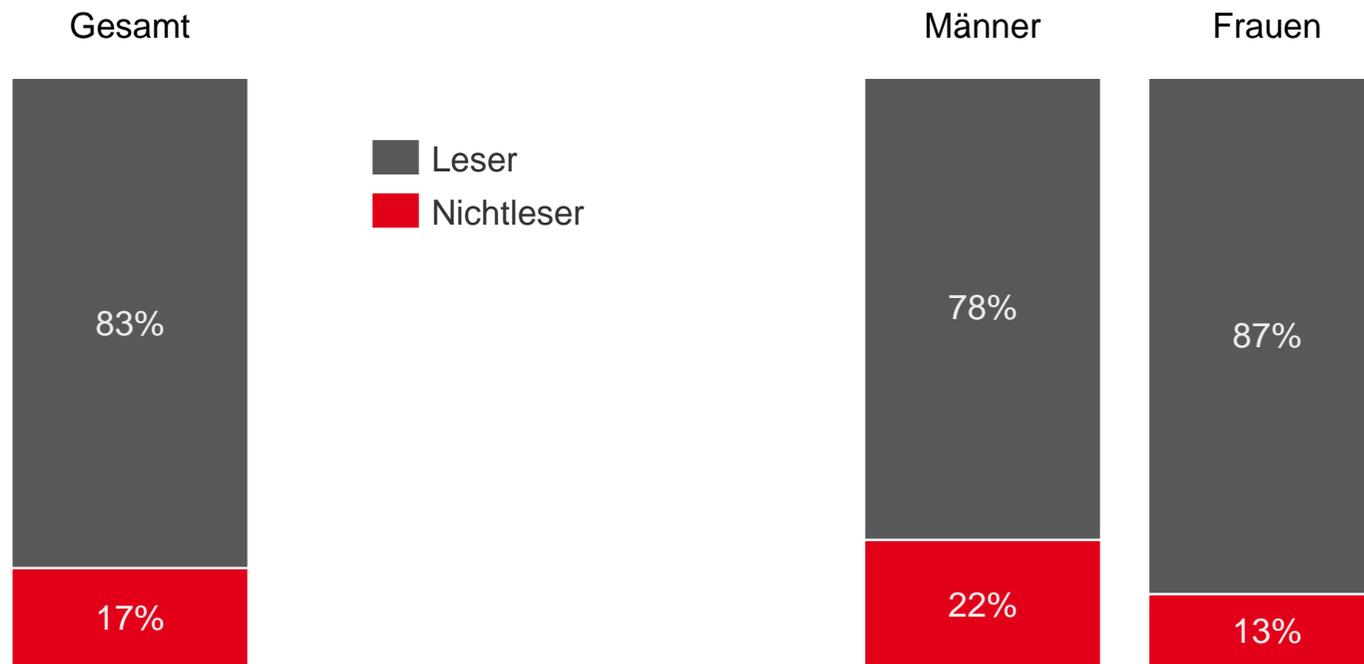
Basis 2008 und 2015: 10.000 Personen (ohne k. A.), Jahr 2008 ab 10 Jahre, Jahr 2015 ab 11 Jahre

Quelle: GfK Consumer Panels im Auftrag des Börsenvereins des Deutschen Buchhandels



## Leser und Nichtleser nach Geschlecht

**87 Prozent der Frauen und 78 Prozent der Männer haben in den letzten 12 Monaten mindestens ein Buch gelesen**



Frage: Wie viele Bücher haben Sie aus den nachfolgend genannten Bereichen in den letzten 12 Monaten gelesen oder teilweise gelesen?

Gesamtposition

Basis 2015: 10.000 Personen (ohne k. A.) ab 11 Jahre

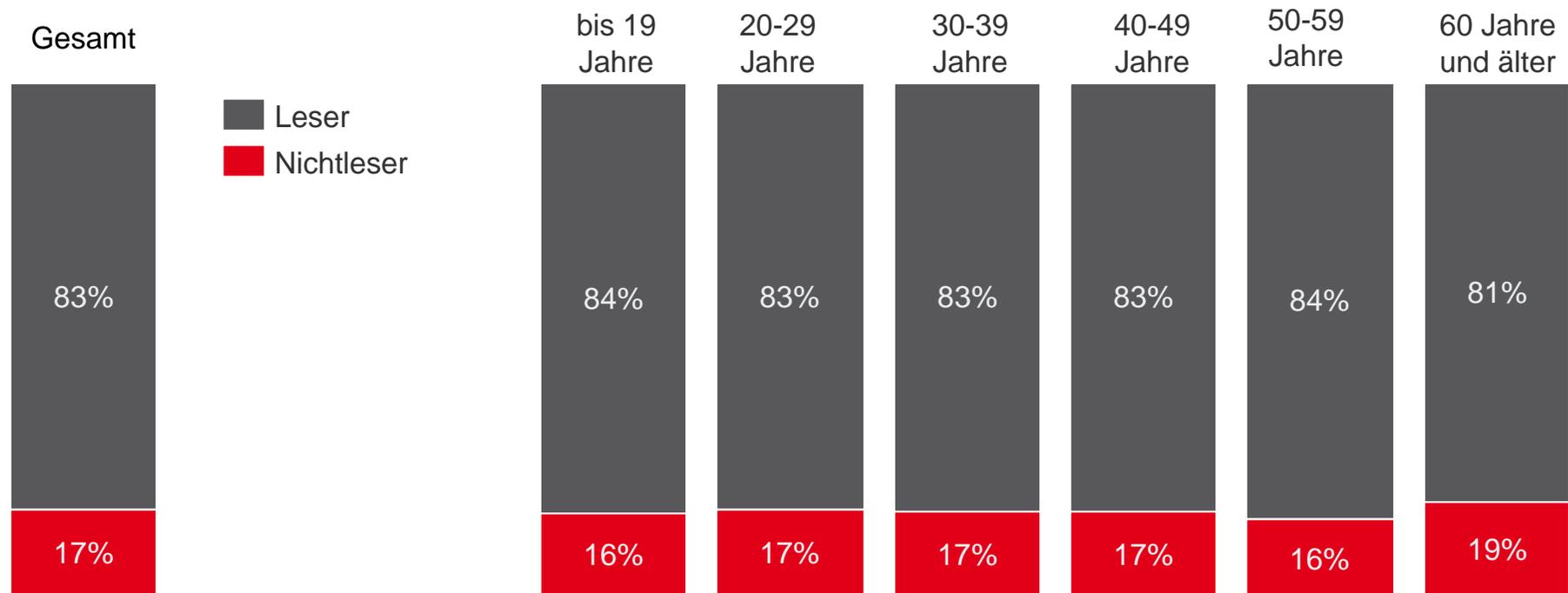
Quelle: GfK Consumer Panels im Auftrag des

Börsenvereins des Deutschen Buchhandels



## Leser und Nichtleser nach Alter

**Bei den 60-Jährigen und Älteren ist der Anteil an Lesern am kleinsten**



Frage: Wie viele Bücher haben Sie aus den nachfolgend genannten Bereichen in den letzten 12 Monaten gelesen oder teilweise gelesen?

Gesamtposition

Basis 2015: 10.000 Personen (ohne k. A.) ab 11 Jahre

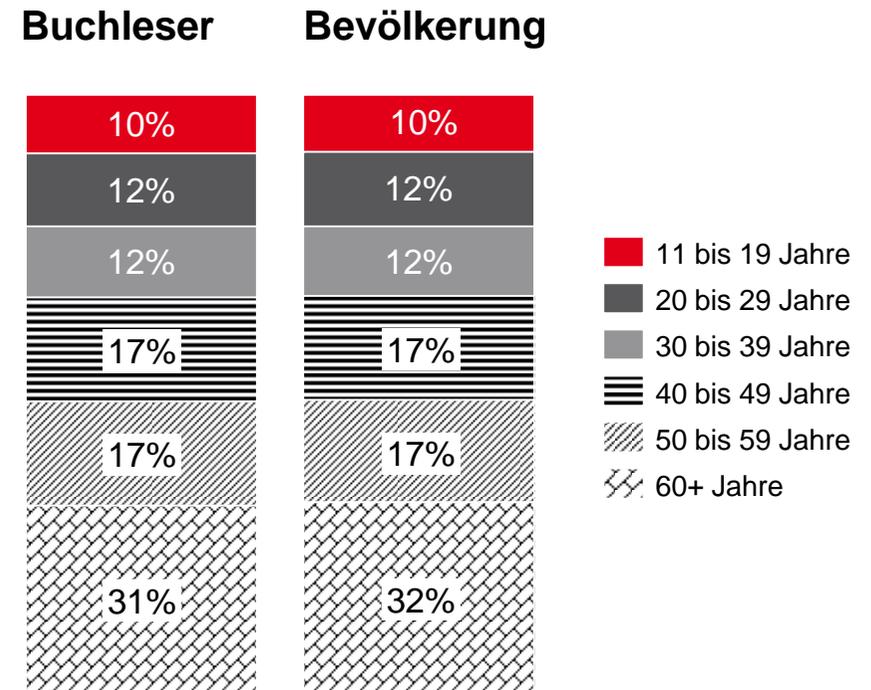
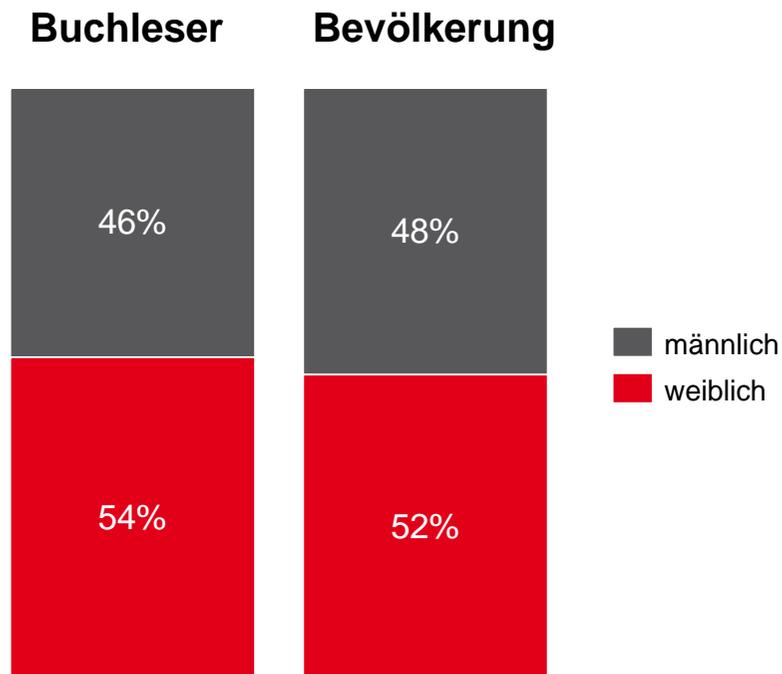
Quelle: GfK Consumer Panels im Auftrag des

Börsenvereins des Deutschen Buchhandels



## Leser nach Soziodemographien

# 54 Prozent der Buchleser sind Frauen, während ihr Anteil an der Bevölkerung nur 52 Prozent beträgt



Frage: Wie viele Bücher haben Sie aus den nachfolgend genannten Bereichen in den letzten 12 Monaten gelesen oder teilweise gelesen?  
Gesamtposition

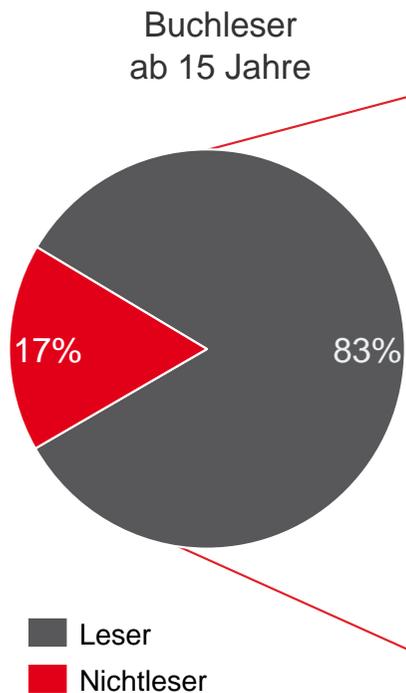
Basis 2015: 10.000 Personen (ohne k. A.) ab 11 Jahre

Quelle: GfK Consumer Panels im Auftrag des Börsenvereins des Deutschen Buchhandels

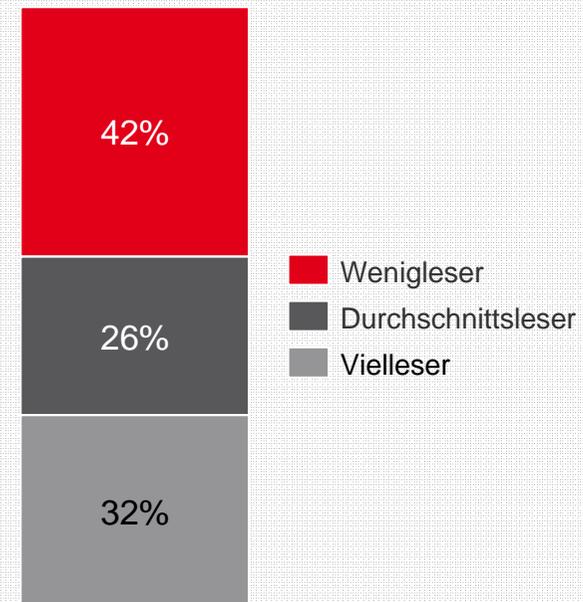


## Leser nach Lesehäufigkeiten

**Ein Drittel der Leser sind Vielleser mit mehr als 18 Bücher p.a.**



### Lesehäufigkeiten



Wenigleser bis 9 Bücher p.a.,  
Durchschnittsleser zwischen 10 und 18 Bücher p.a.,  
Vielleser mehr als 18 Bücher p.a.

Frage: Wie viele Bücher haben Sie aus den nachfolgend genannten Bereichen in den letzten 12 Monaten gelesen oder teilweise gelesen?

Gesamtposition

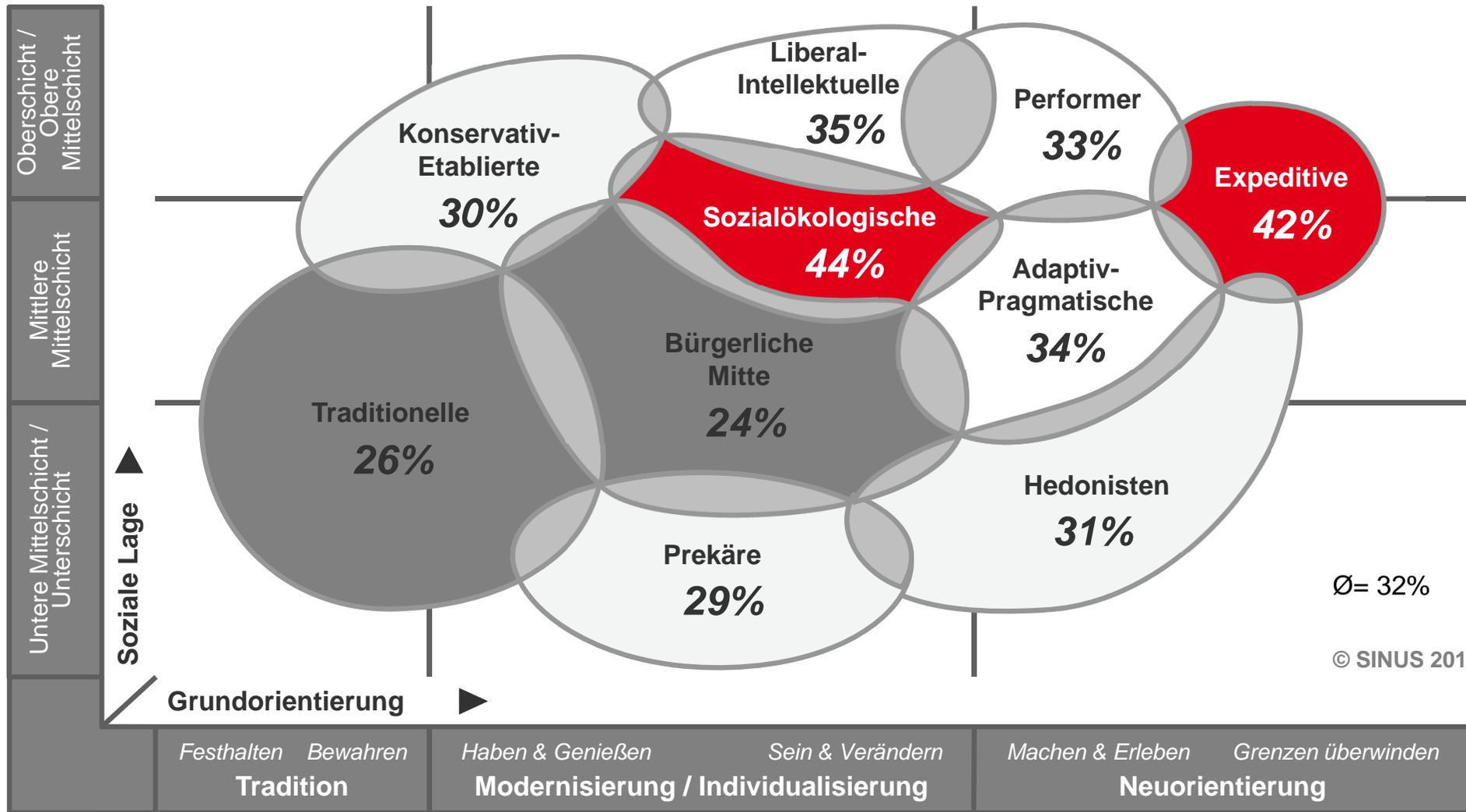
Basis 2015: 10.000 Personen (ohne k. A.) ab 15 Jahre

Quelle: GfK Consumer Panels im Auftrag des

Börsenvereins des Deutschen Buchhandels



# Sozialökologische und Expeditive sind über überdurchschnittlich oft Vielleser



Frage: Wie viele Bücher haben Sie aus den nachfolgend genannten Bereichen in den letzten 12 Monaten gelesen oder teilweise gelesen?

Vielleser mehr als 18 Bücher p.a., Teilgruppe Leser

Basis: 2015: 8.929 Personen ab 15 Jahre  
Quelle: GfK Consumer Panels im Auftrag des  
Börsenvereins des Deutschen Buchhandels

■ = überrepräsentiert    □ = durchschnittlich    ■ = unterrepräsentiert

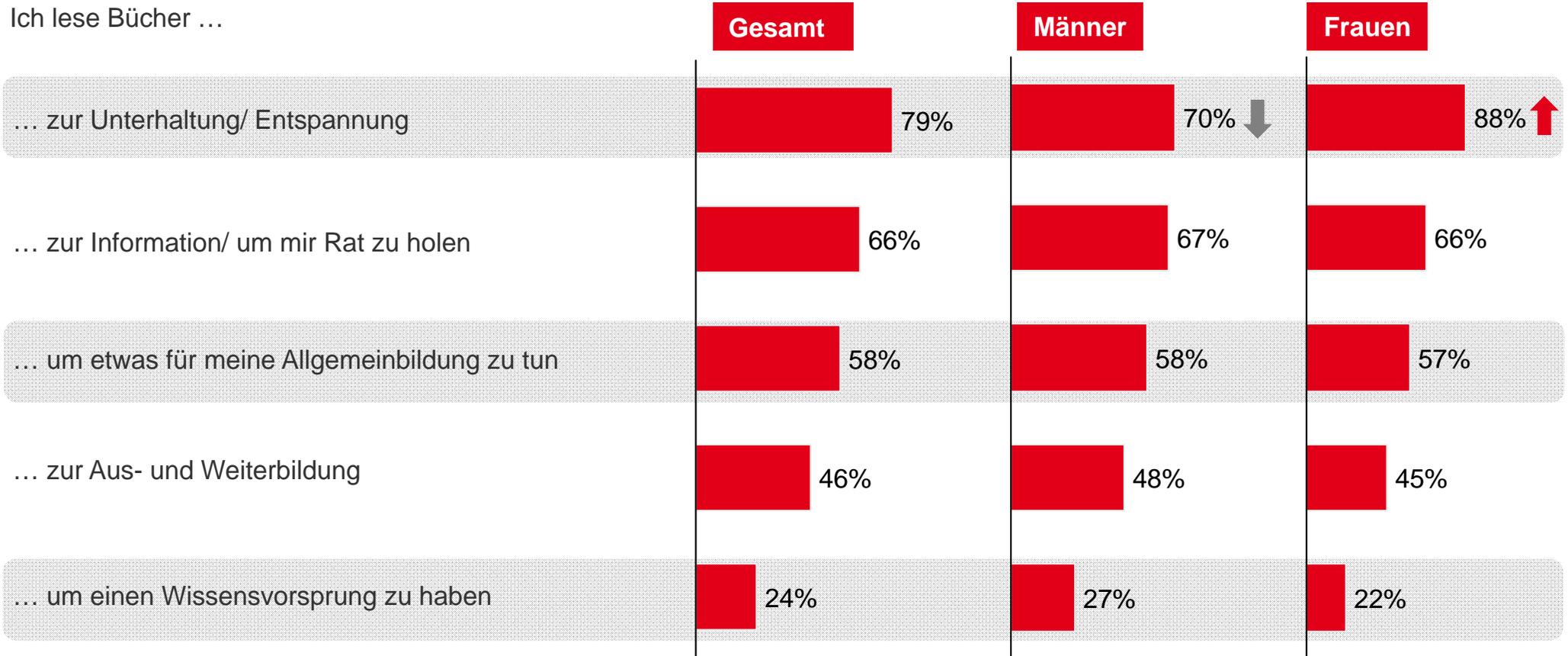
Buchleser

# Lese-Motivationen



## Lese-Motive nach Geschlecht

# Vor allem Frauen lesen Bücher zur Unterhaltung, also zum Vergnügen und aus Passion



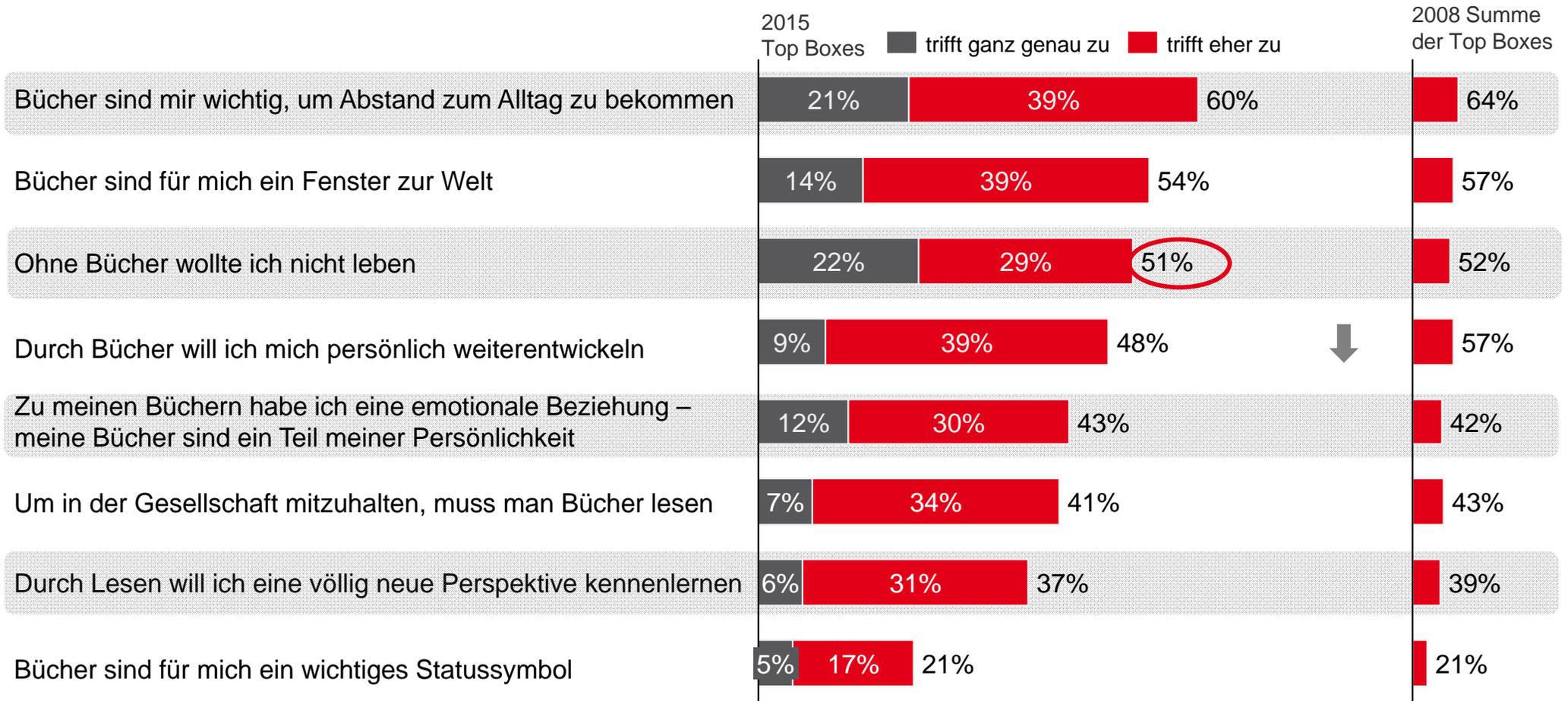
↑ ↓ Differenz zu Gesamt > 5% wurde durch Pfeile gekennzeichnet

Frage: Im Folgenden finden Sie Aussagen, warum man Bücher liest. Inwieweit treffen diese Aussagen auf Sie persönlich zu?  
Antwort: Top 2 Boxes: trifft zu und trifft voll und ganz zu  
Basis 2015: 10.000 Personen (ohne k. A.) ab 11 Jahre  
Quelle: GfK Consumer Panels im Auftrag des Börsenvereins des Deutschen Buchhandels



## Lese-Motivation

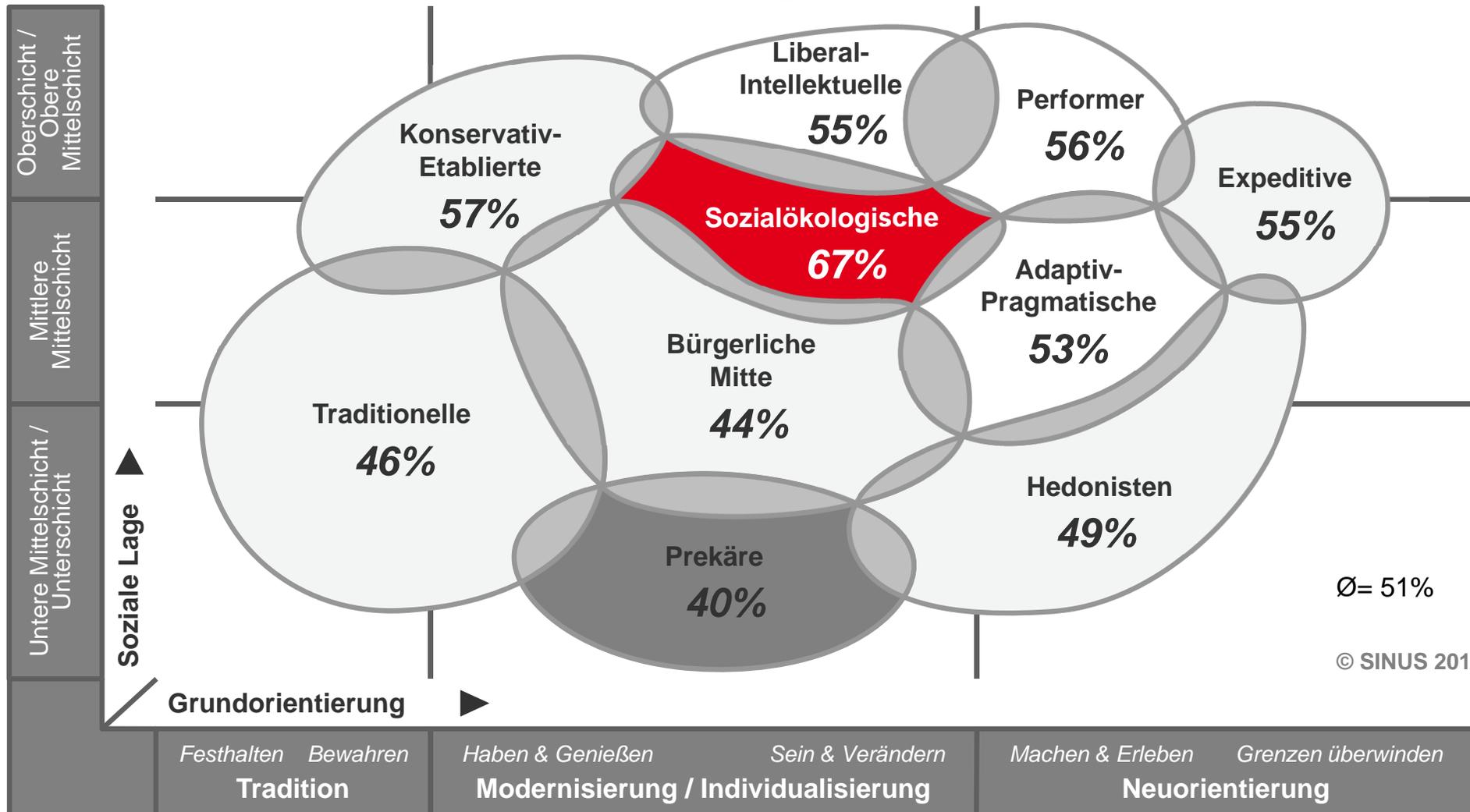
# Wie bereits 2008 möchte jeder zweite Befragte nicht ohne Bücher leben



Frage: Im Folgenden finden Sie Aussagen zum Kauf und Lesen von Büchern. Inwieweit treffen diese Aussagen auf Sie persönlich zu?  
Basis 2008 und 2015: 10.000 Personen (ohne k. A.); 2008 ab 10 Jahre, 2015 ab 11 Jahre  
Quelle: GfK Consumer Panels im Auftrag des Börsenvereins des Deutschen Buchhandels



## Ohne Bücher wollen vor allem Sozialökologische nicht leben



Frage: Im Folgenden finden Sie Aussagen zum Kauf und Lesen von Büchern. Bitte geben Sie zu jeder Aussage an, inwieweit diese auf Sie persönlich zutrifft. Ohne Bücher wollte ich nicht leben.

Antwort: trifft eher zu/ trifft ganz genau zu

Basis: 2015: 9.580 Personen ab 15 Jahre

Quelle: GfK Consumer Panels im Auftrag des

Börsenvereins des Deutschen Buchhandels

■ = überrepräsentiert

□ = durchschnittlich

■ = unterrepräsentiert

# **Buchkäufer und –leser Informationsverhalten und die Rolle von Vertriebskanälen**



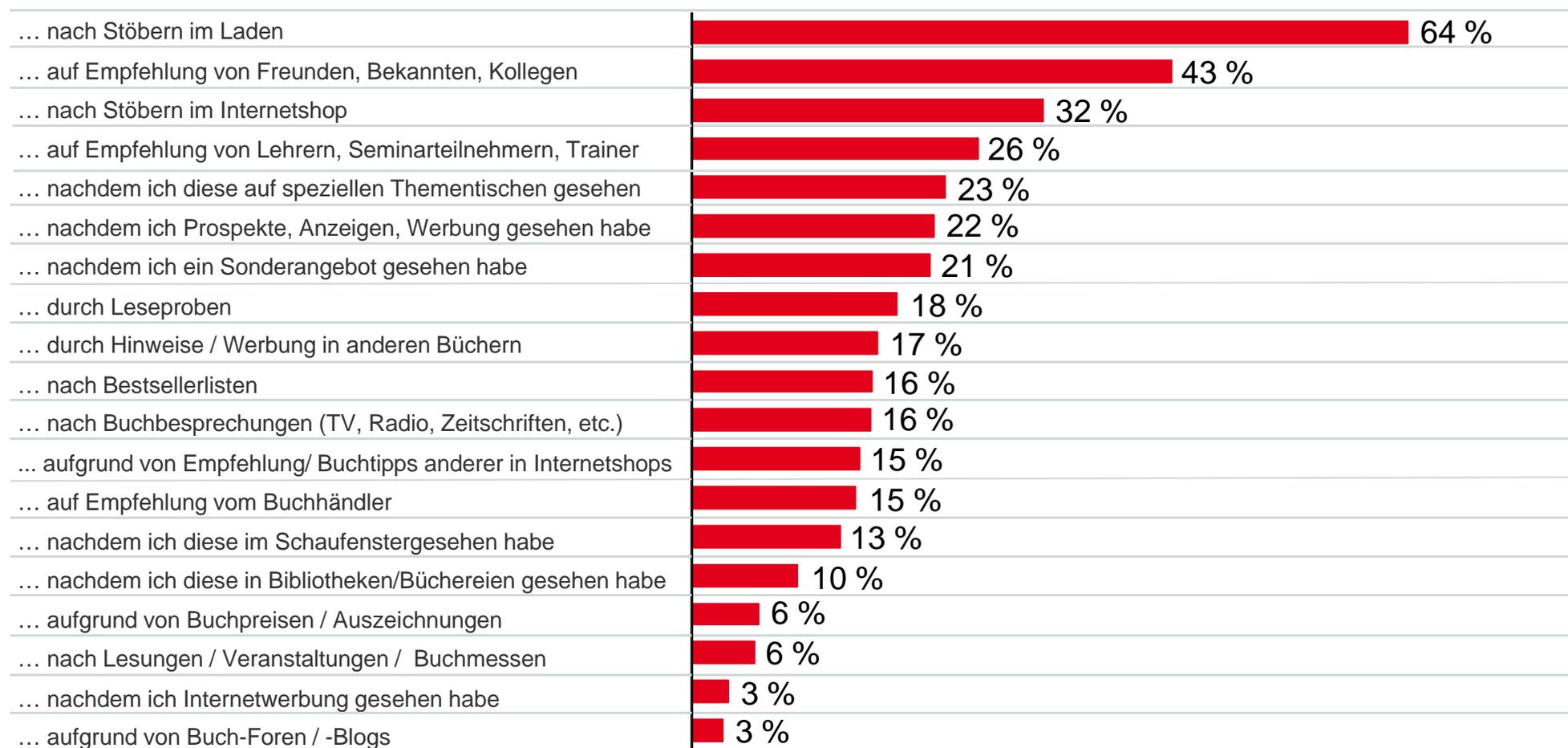
Informationsverhalten

# Orientierung für Buchkäufer und Leser



## Der stationäre Handel ist der wichtigste Ort, um auf Bücher aufmerksam zu werden, gefolgt von Empfehlungen durch Freunde und Bekannte

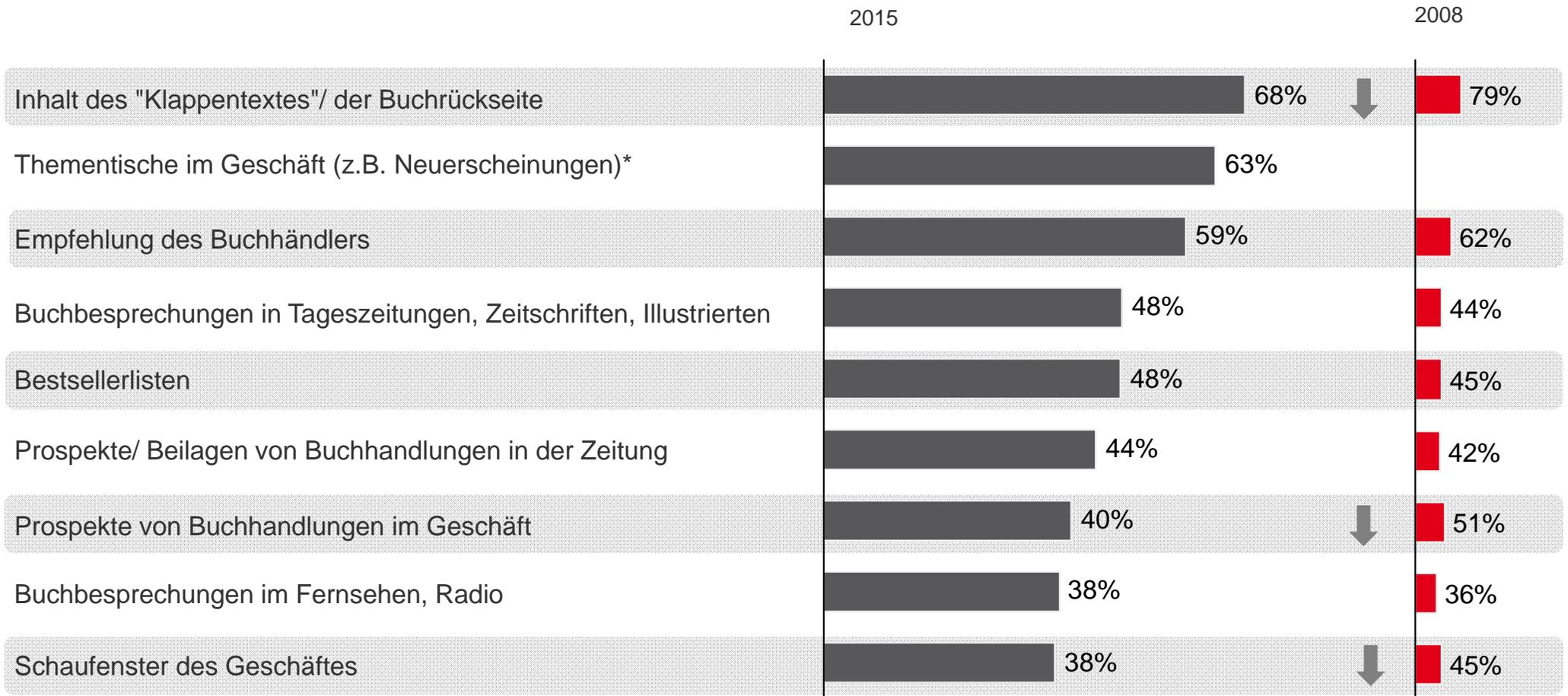
Ich kaufe meine Bücher meistens...



Frage: Wie werden Sie meistens auf die Bücher aufmerksam, die Sie kaufen?  
(Mehrfachantworten möglich) - Gesamtposition  
Angaben in %; Basis 2015: 10.000 Personen ab 11 Jahre (ohne k. A.), Teilgruppe Buchkäufer  
Quelle: GfK Consumer Panels im Auftrag des  
Börsenvereins des Deutschen Buchhandels



## Trotz rückläufiger Tendenz findet die Mehrheit der Befragten auch 2015 Klappentexte bei der Buch-Auswahl hilfreich. Der Buchhändler folgt nach Thementischen auf Platz drei



↑ ↓ Differenz 2015 vs. 2008 >5% wurde durch Pfeile gekennzeichnet

Frage: Wie hilfreich sind diese Informationsquellen für die Auswahl eines Buches?

Antwort: Top 2 Boxes „Hilfreich/ sehr hilfreich“

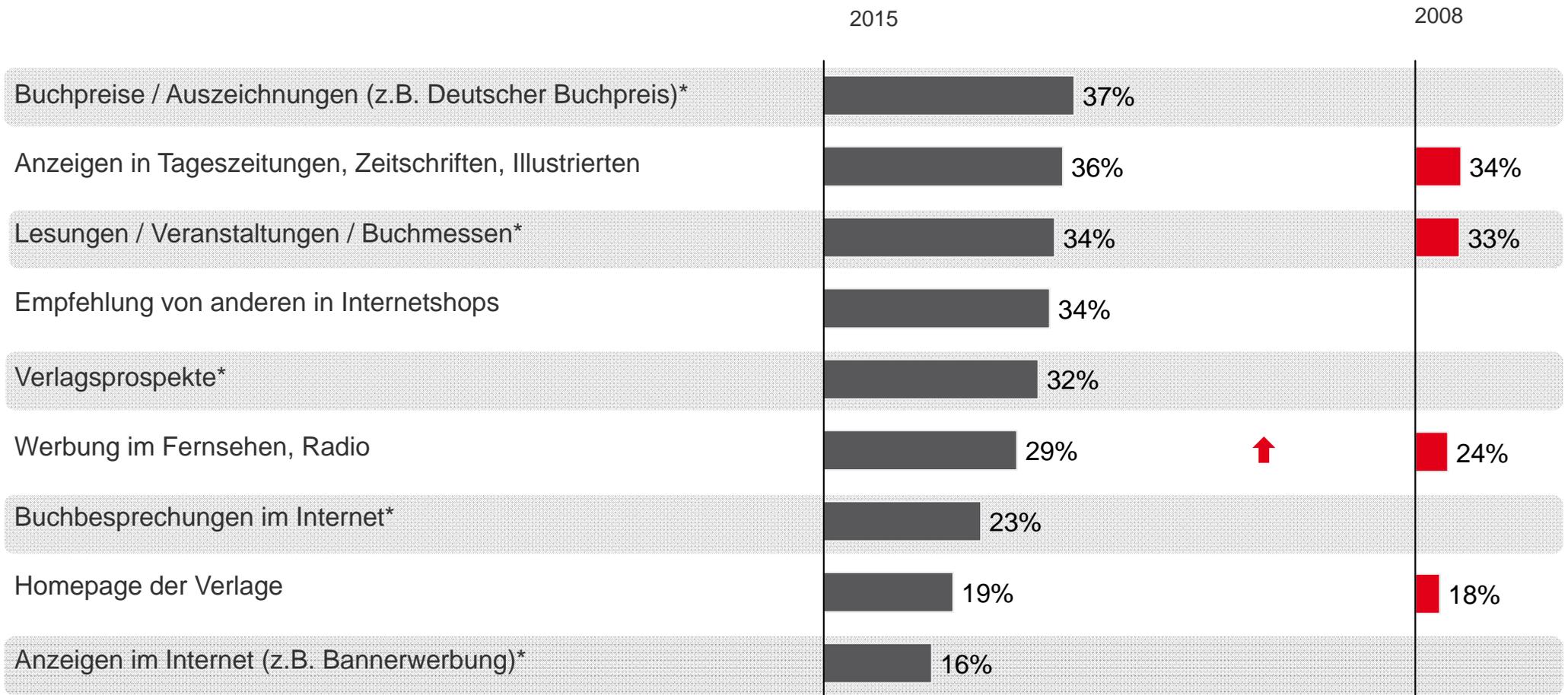
Basis 2008 und 2015: 10.000 Personen (ohne k. A.), Jahr 2008 ab 10 Jahre, Jahr 2015 ab 11 Jahre

\* Statement neu in 2015 abgefragt

Quelle: GfK Consumer Panels im Auftrag des Börsenvereins des Deutschen Buchhandels



## Mehr als ein Drittel der Befragten orientiert sich an Auszeichnungen und die Bedeutung von Werbung im Fernsehen und Radio steigt



Frage: Wie hilfreich sind diese Informationsquellen für die Auswahl eines Buches?

Antwort: Top 2 Boxes „Hilfreich/ sehr hilfreich“

Basis 2008 und 2015: 10.000 Personen (ohne k. A.), Jahr 2008 ab 10 Jahre, Jahr 2015 ab 11 Jahre

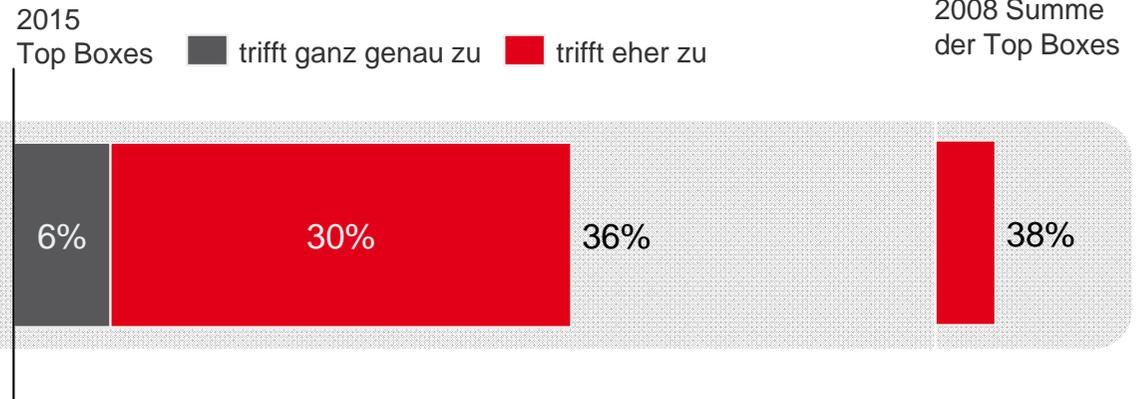
\* Statement neu in 2015 abgefragt

Quelle: GfK Consumer Panels im Auftrag des  
Börsenvereins des Deutschen Buchhandels

↑ ↓ Differenz 2015 vs. 2008 >5%  
wurde durch Pfeile gekennzeichnet



## Mehr als jeder dritte Befragte sucht im Buchladen zuerst den Tisch mit den Neuerscheinungen auf. Besonders für Ältere ist dieser oft erster Kontaktpunkt



Differenz 2015 vs. 2008 >5% wurde durch Pfeile gekennzeichnet

Frage: Im Folgenden finden Sie Aussagen zum Kauf und Lesen von Büchern. Inwieweit treffen diese Aussagen auf Sie persönlich zu?  
 Basis 2008 und 2015: 10.000 Personen (ohne k. A.), Jahr 2008 ab 10 Jahre, Jahr 2015 ab 11 Jahre  
 \* Statement neu in 2015 abgefragt  
 Quelle: GfK Consumer Panels im Auftrag des Börsenvereins des Deutschen Buchhandels

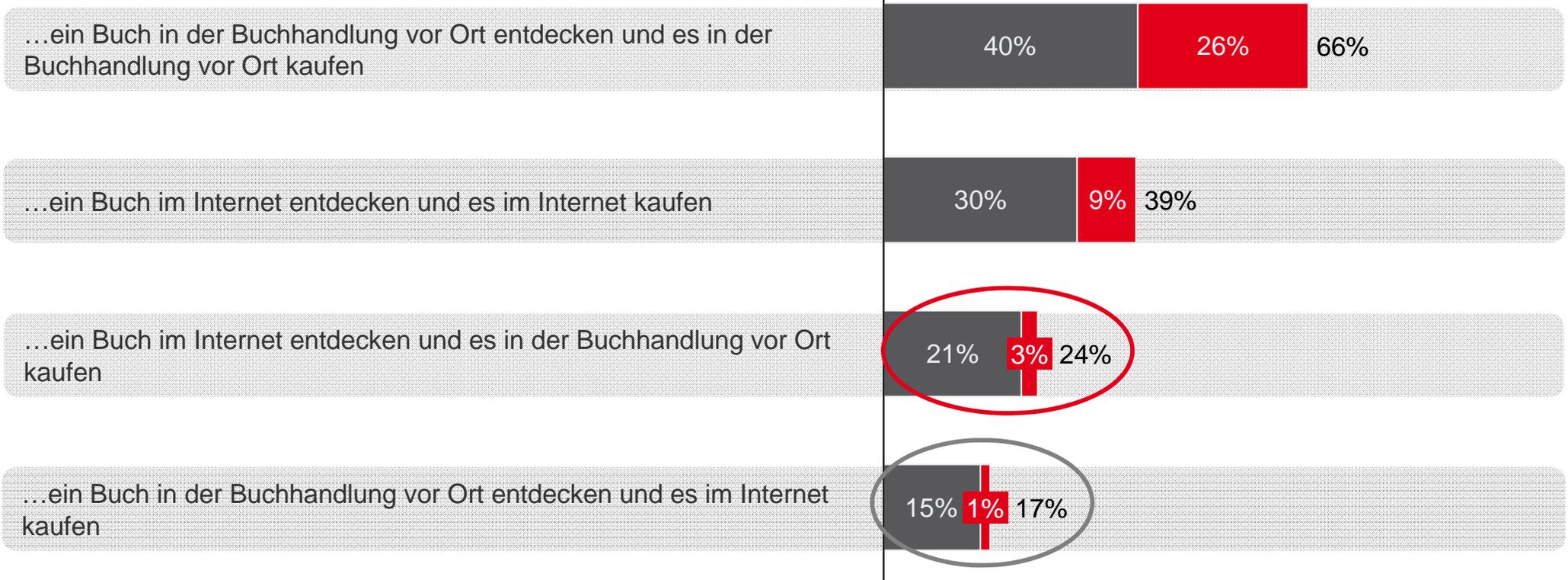
# Informationsverhalten und Rolle von Vertriebskanälen Online/Offline-Information vs. Bücherkauf



## Ein Viertel der Buchkäufer entdeckt gelegentlich Bücher im Internet und kauft dann im stationären Geschäft. Umgedreht kommt dies seltener vor

Wie häufig kommt es vor, dass Sie...

2015  
Top Boxes ■ gelegentlich ■ immer

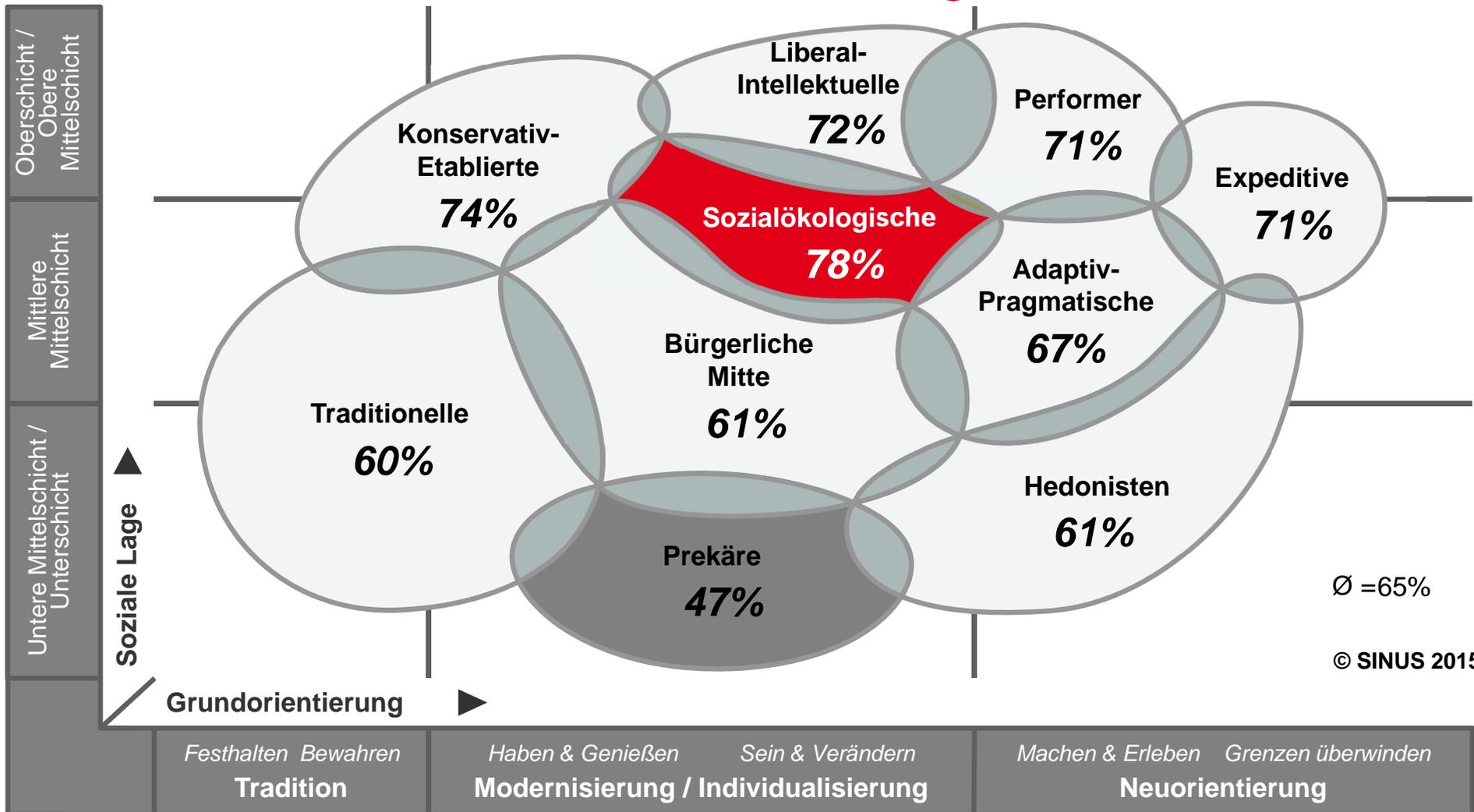


Frage: Wie häufig kommt es vor, dass Sie...?

Basis 2015: 10.000 Personen ab 11 Jahre (ohne k. A.), Teilgruppe Buchkäufer  
Quelle: GfK Consumer Panels im Auftrag des  
Börsenvereins des Deutschen Buchhandels



## Vor allem Sozialökologische entdecken und kaufen Bücher in der Buchhandlung vor Ort



Frage: Wie häufig kommt es vor, dass Sie ... ein Buch in der Buchhandlung vor Ort entdecken und es in der Buchhandlung vor Ort kaufen

Antwort: gelegentlich/ immer

Basis: 2015: 9.684 Personen ab 15 Jahre (ohne k. A.), Teilgruppe Buchkäufer

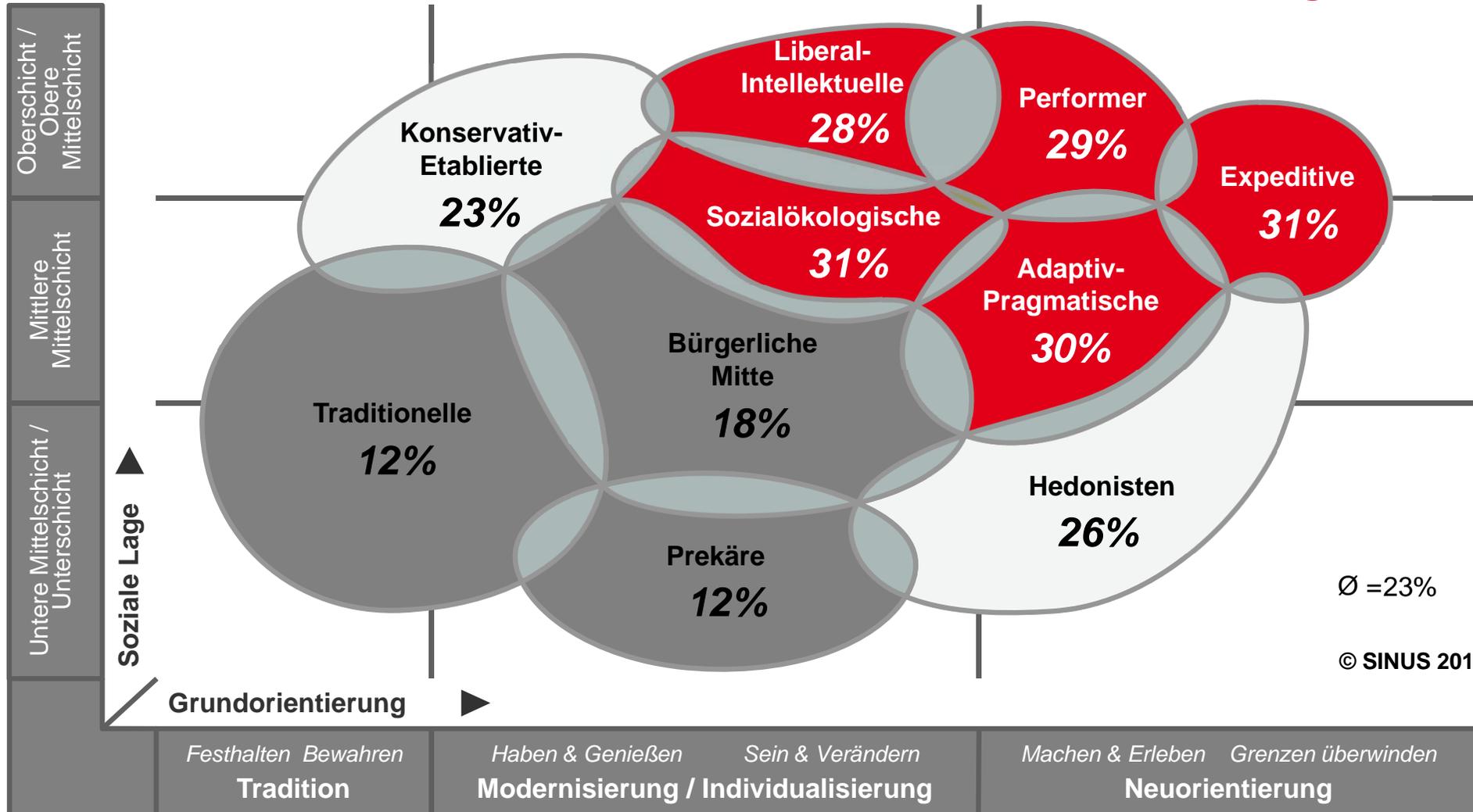
Quelle: GfK Consumer Panels im Auftrag des

Börsenvereins des Deutschen Buchhandels

■ = überrepräsentiert    □ = durchschnittlich    ■ = unterrepräsentiert



# Sozial gehobene und kulturaffene Milieus entdecken überdurchschnittlich Bücher im Internet und kaufen diese in der Buchhandlung vor Ort



Frage: Wie häufig kommt es vor, dass Sie ... ein Buch im Internet entdecken und es in der Buchhandlung vor Ort kaufen

Antwort: gelegentlich/ immer

Basis: 2015: 9.657 Personen ab 15 Jahre (ohne k. A.), Teilgruppe Buchkäufer

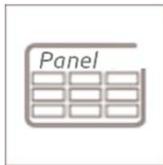
Quelle: GfK Consumer Panels im Auftrag des

Börsenvereins des Deutschen Buchhandels

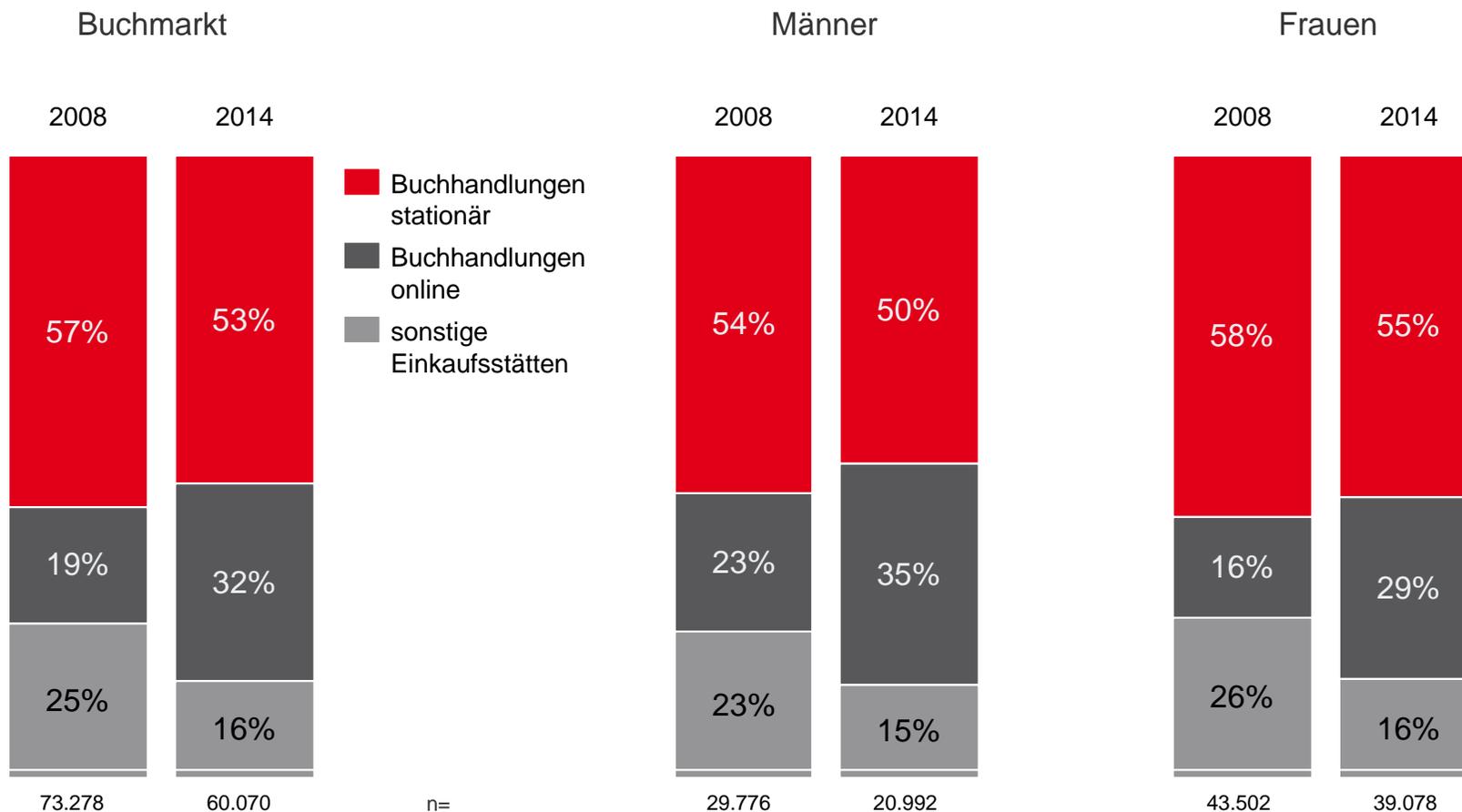
■ = überrepräsentiert

□ = durchschnittlich

■ = unterrepräsentiert



**Der Anteil der online für Bücher getätigten Ausgaben (Publikumsmarkt) steigt von 2008 zu 2014 von 19 auf 32 Prozent. Nur ein kleiner Teil geht jedoch zu Lasten des stationären Buchhandels. Männer geben anteilig mehr online aus als Frauen**



Basis: Ausgaben in %, Zeiträume jeweils Januar – Dezember  
 deutsche Privatpersonen ab 10 Jahren, **ohne Schul- und Fachbücher**,  
 aus dem GfK Consumer Panel Media\*Scope Buch  
 Basis 2008: n= 73.278  
 Basis 2014: n= 60.070

