

Presse-Information

All-Age-Bücher dominieren: Bleibt das Kinderbuch auf der Strecke?

Allianz der Leseförderer fordert Lesevorbilder für Kinder und Jugendliche / Umsatz mit Kinder- und Jugendbüchern wächst um 11,1 Prozent / Besonders umsatzstark: Jugendbuch ab 12 Jahren

„Lesen bildet und lässt Kinder und Jugendliche zu selbstbewussten und kompetenten Persönlichkeiten heranwachsen. Doch um Freude am Lesen und Interesse für wichtige Themen zu entwickeln, brauchen Kinder Vorbilder, sowohl in ihren Geschichten als auch in ihrem Umfeld“ – so lautet der zentrale Appell des Trendberichts Kinder- und Jugendbuch. Gefordert seien dabei vor allem Familie, Politik und Gesellschaft. Vorgestellt wurde der Trendbericht heute von der Arbeitsgemeinschaft von Jugendbuchverlagen (avj), dem Arbeitskreis für Jugendliteratur (AKJ), der Stiftung Lesen und dem Börsenverein des Deutschen Buchhandels bei einer Pressekonferenz auf der Leipziger Buchmesse.

„Kinder- und Jugendbücher sind die Zukunft des Buches, denn sie sind für die junge Zielgruppe bestimmt“, sagte Claudia Paul, Pressesprecherin des **Börsenvereins des Deutschen Buchhandels**. Dieses Engagement der Verlage für die künftige Lesergeneration spiegle sich auch im Markt für Kinder- und Jugendbücher wider. Mit 15,7 Prozent Umsatzanteil am gesamten Buchmarkt hat das Segment Kinder- und Jugendbuch einen neuen Höchststand seit Beginn der Trendberichte im Jahr 2004 erreicht. Es ist im Jahr 2009 gegenüber dem Vorjahr um mehr als ein Prozent gewachsen.

Der Umsatz mit Kinder- und Jugendbüchern ist 2009 um 11,1 Prozent angestiegen. „Literatur für die junge Zielgruppe ist ein wichtiger und stark wachsender Markt. Das gilt besonders für den Bereich des Jugendbuchs ab 12 Jahren, unter das auch All-Age-Bücher fallen“, so Claudia Paul. In diesem Segment gab es 2009 ein Umsatzplus von 44 Prozent. Insgesamt haben Jugendbücher einen Umsatzanteil von rund 33 Prozent am Segment Kinder- und Jugendbuch. Die Zahlen hat media control GfK International im Auftrag des Börsenvereins ermittelt.

Bedeutung von Kinder- und Jugendbüchern wächst

Kinder- und Jugendbücher bekommen immer mehr Gewicht, so die Prognose der Arbeitsgemeinschaft von Jugendbuchverlagen. Das ließe sich nicht nur an den Marktzahlen ablesen, sondern auch an den Zielgruppen der verlegten Titel. „Kinder- und Jugendbuchverlage

Börsenverein des
Deutschen Buchhandels e.V.

Kommunikation,
PR und Marketing

Referat
Presse und Information

Großer Hirschgraben 17–21
60311 Frankfurt am Main

Postfach 10 04 42
60004 Frankfurt am Main

Telefon: +49 (0)69-13 06-292
Telefax: +49 (0)69-13 06-294

E-Mail: presse@boev.de
www.boersenverein.de

wachsen in ihrer Bedeutung, denn sie bieten heute Lesestoff für alle Schichten und Altersklassen der Gesellschaft“, sagte Ulrich Störiko-Blume, Vorsitzender der Arbeitsgemeinschaft von Jugendbuchverlagen. „Vom Bilderbuch, das den Einstieg in die lesende Gesellschaft schafft, bis zum Jugendbuch, das als All-Age-Buch inzwischen auch Erwachsene fesselt, Kinder- und Jugendbuchverlage bieten für jeden etwas“, so Störiko-Blume. Einziges „Sorgenkind“ sei das Kinderbuch, in diesem Segment war 2009 kein Wachstum zu verzeichnen. Das Kinderbuchalter sei in der Lesebiographie eines jungen Menschen jedoch besonders wichtig. Deshalb müssten hier mehr Anreize zum Lesen geschaffen werden. „Erwachsene müssen selbst eine Kultur des Lesen betreiben, um Kindern die Lust am Lesen zu vermitteln“, so Störiko-Blume.

Kinderbücher müssen fördern

„Kinderbücher haben einen Auftrag: Sie sollen Kinder in ihrer Entwicklung begleiten. Von der ersten Verliebtheit und der Angst vor peinlichen Situationen bis hin zu familiären Problemen sollen sie ihre jungen Leser zu wichtigen Themen hinführen und ihnen Mut machen“, sagte Regina Pantos, Vorstandsvorsitzende des Arbeitskreises für Jugendliteratur. Derzeit erfülle das Kinderbuch diese Aufgabe aber nur unzureichend. „Das Kinderbuch bleibt auf der Strecke, es bleibt in den Kinderschuhen des Klischees stecken“, so Pantos. Die gegenwärtigen All-Age-Bücher böten den Kindern meist nur ein unterhaltendes Rundum-Sorglos-Paket. Das aber reiche nicht, um differenziert und originell auf die Entwicklung der Kinder einzugehen und sie zu interessierten Lesern zu erziehen.

Infrastruktur für Lesekultur

All-Age-Bücher bedeuten eine große Chance für die Leseförderung, weil sie in der Familie eine Brückenfunktion einnehmen, so die Stiftung Lesen. „All-Age-Bücher bieten Lesestoff für verschiedene Generationen, der für alle Stoff zum Nachdenken, zum Auseinandersetzen und für Gespräche ist“, sagte Dr. Simone Ehmig, Leiterin des Instituts für Lese- und Medienforschung der Stiftung Lesen. Voraussetzung für dieses Potenzial sei aber, dass Eltern selbst lesen und vorlesen. „Eltern müssen gesprächsbereit sein und ihren Kindern den Weg zur Selbstentfaltung ebnen“, so Ehmig. Ohne diese Vorbedingung blieben sowohl All-Age-Bücher wie auch Kinderbücher langfristig auf der Strecke. Es sei an der Leseförderung die Rahmenbedingungen herzustellen, die altersübergreifend „All Ages“ lesen lässt.

Die aktuellen Zahlen zum Kinder- und Jugendbuchmarkt sind im Internet unter www.boersenverein.de abrufbar.

Die **Arbeitsgemeinschaft von Jugendbuchverlagen e.V. (avj)** wurde 1950 mit dem Ziel gegründet, die Zusammenarbeit von Jugendbuchverlagen zur gemeinsamen Förderung der Kinder- und Jugendliteratur zu organisieren und die Interessen ihrer Mitglieder in der Öffentlichkeit und gegenüber Behörden, Institutionen und Verbänden zu vertreten. Derzeit gehören der avj rund 80 Mitgliedsverlage aus Deutschland, Österreich und der Schweiz an.

Der **Arbeitskreis für Jugendliteratur e.V. (AKJ)** ist der 1955 gegründete Dachverband der Kinder- und Jugendliteratur in Deutschland. Ihm gehören rund 40 Mitgliedsverbände und über 200 Einzelpersonen an; der AKJ wird gefördert vom Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend, in dessen Auftrag er jährlich den Deutschen Jugendliteraturpreis verleiht. Seit 2003 entscheidet neben Kritikern eine unabhängige bundesweite Jury aus Jugendlichen über einen eigenen Preis, den „Preis der Jugendjury“. Zu den zentralen Aufgaben des AKJ zählen die Förderung der Lesekultur in der Kinder- und Jugendbildung sowie Ausbau und Pflege internationaler Kontakte.

Der **Börsenverein des Deutschen Buchhandels** engagiert sich für das Kulturgut Buch und das Lesen, für die Meinungsfreiheit und die kulturelle Vielfalt der Gesellschaft. Er wurde 1825 gegründet und vertritt die Interessen von rund 5.700 Verlagen, Buchhandlungen, Antiquariaten, Zwischenbuchhändlern und Verlagsvertretern. Der Börsenverein veranstaltet die Frankfurter Buchmesse und verleiht jährlich den Friedenspreis des Deutschen Buchhandels sowie den Deutschen Buchpreis. Er organisiert Leseförderungswettbewerbe und engagiert sich für den UNESCO-Welttag des Buches.

Seit 1988 entwickelt die **Stiftung Lesen** zahlreiche Projekte, um das Lesen in der Medienkultur zu stärken. Traditionell steht die gemeinnützige Organisation unter der Schirmherrschaft der Bundespräsidenten. Zweck der Stiftung Lesen ist die Förderung von Buch, Zeitschrift und Zeitung in allen Bevölkerungskreisen sowie die Pflege und der Erhalt einer zeitgemäßen Lese- und Sprachkultur, nicht zuletzt in den neuen Medien. Dabei ist sie Plattform für die Verbindung von Wirtschaftsunternehmen mit modernen Formen der Leseförderung.

Leipzig, 19. März 2010

Julia Piaseczny
Börsenverein des Deutschen Buchhandels e.V.
Presse und Information
Telefon 069 / 1306-429
Telefon auf der Leipziger Buchmesse: 0341 / 4145-4486

19. März 2010: Trendbericht Kinder- und Jugendbuch

Ulrich Störiko-Blume – Arbeitsgemeinschaft von Jugendbuchverlagen e.V. (avj)

Das Angebot der Kinder- und Jugendbuchverlage richtet sich an alle.

Großen Anteil an der positiven Entwicklung der Kinder- und Jugendbuchverlage haben die sogenannten All-Age-Bücher. Sie werden ungeachtet der meist jugendlichen Protagonisten auch stark von Erwachsenen gelesen. Viele der oft umfangreichen und deshalb auch teuren Romane zählen zum Fantasy-Genre.

Eine solche erhebliche Verstärkung der wirtschaftlichen Bedeutung stellt zugleich eine Erweiterung der Kompetenz der Kinder- und Jugendbuchverlage dar; diese Branche schafft und befriedigt Nachfrage aus allen Schichten und Altersklassen der Gesellschaft. Zugleich werden die angestammten Segmente weiterhin gepflegt und ausgebaut.

Das Bilderbuch ist und bleibt der Einstieg in eine lesende Gesellschaft.

Auch das Bilderbuch hat 2009 mit fast 4% noch stärker als der Gesamttrend des Buchmarkts zugelegt. Der Umgang mit dem Buch kann gar nicht früh genug praktiziert werden. Hier zahlt sich aus, dass die kontinuierliche Arbeit mit Bilderbuchklassikern eine gute Basis für die Förderung neuer Talente ist. Unter den 50 bestverkauften Kinder- und Jugendbüchern des Jahres 2009 befinden sich immerhin 3 Bilderbücher.

Kinder brauchen Kinderbücher.

Zwar stehen 16 Kinderbücher auf der Liste der 50 bestverkauften Kinder- und Jugendbücher des Jahres 2009, doch das Segment verzeichnete insgesamt 2009 kein Wachstum. Dass es auch hier, im Kernbereich des Kinder- und Jugendbuchs, wieder vorangehen möge, ist ein gemeinsames Anliegen der Verlage, Buchhandlungen und Autoren. Jeder erinnert sich ein Leben lang an einige Kinderbücher, die er heiß und innig geliebt hat. Das können gleichermaßen berühmte, preisgekrönte literarische Klassiker wie einfache Serientitel sein. Entscheidend ist, dass Kinder sich unter einem großen Angebot das auswählen können, das sie lieben.

Die Förderung der Lesefreude der Grundschul Kinder darf sich nicht im Didaktischen erschöpfen. Mit einfachen Texten kann man zwar lesen lernen, aber nur mit gut erzählten Geschichten lernt man das Lesen lieben. *Kinder brauchen Kinderbücher!* – das muss der verantwortungsvolle Erwachsene wissen. *Kinder lieben Kinderbücher!* – das wird das Ergebnis sein, wenn wir die richtigen Bücher anbieten und als Erwachsene selbst eine Kultur des Lesens betreiben. Der französische Autor Daniel Pennac hat das wunderbar auf den Punkt gebracht, indem er erklärt, dass „lesen“ ebensowenig wie „lieben“ einen Imperativ verträgt.

Ulrich Störiko-Blume
Vorsitzender des Vorstandes
der Arbeitsgemeinschaft von Jugendbuchverlagen e.V. (avj)

Kontakt:
Margit Müller (Geschäftsführerin)
Arbeitsgemeinschaft von Jugendbuchverlagen e.V. (avj)
Großer Hirschgraben 17-21, 60311 Frankfurt am Main
Telefon: 069 / 1306-248
E-Mail: margit.mueller@boev.de

19. März 2010: Trendbericht Kinder- und Jugendbuch

Regina Pantos - Arbeitskreis für Jugendliteratur e.V. (AKJ)

Der Begriff „All-Age-Bücher“ legt die Vermutung nahe, dass es sich um Bücher für Menschen von 0 bis 99 Jahren handelt. Das ist jedoch ein Trugschluss. Es geht in der Regel um Bücher für Jugendliche und junge Erwachsene, etwa um die Altersgruppe von 12 bis 30. Dass sie im Verkauf seit einigen Jahren dominieren, zeigt ein Blick in die Statistik: Auf der Liste der 20 meistverkauften Bücher von 2002 bis 2009 im Bereich Belletristik finden sich elf All-Age-Titel, das heißt mehr als die Hälfte der Bestseller sind Jugendbücher: Es sind die *Harry Potter*-, *Tintenherz*- und *Bis(s)*-Bände. Was zeichnet diese höchst erfolgreichen Jugendbücher aus? Jugendliche Helden beiderlei Geschlechts, die in einer mit Fantasy-Elementen durchwirkten Welt Abenteuer bestehen. Das Böse wird in seine Schranken verwiesen, um das Kulturgut Buch wird gekämpft und auch mit Eros und Thanatos, also mit Liebe und Tod, wird gespielt. Ewige Themen, jeweils auf mehr als 1.000 Seiten spannend und unterhaltsam variiert. In umgekehrter Richtung, von den Erwachsenen zu den Jugendlichen, hat „Feuchtgebiete“ von Charlotte Roche, das nach drei *Harry Potter*-Bänden auf Platz vier rangiert, seinen Weg gefunden. Tabubrüche haben natürlich im Jugendalter einen hohen Reiz. Und außerdem muss man bei Bestsellern in der Peergroup mitreden können.

All-Age-Bücher werden von der Zielgruppe selbst gekauft, bei Kinderbüchern sind es immer noch die Erwachsenen, die die Bücher kaufen. Wenn sie nicht einen Wunschzettel der Kinder dabei haben, der sich zumeist auf einen Reihentitel bezieht, greifen sie zu Klassikern, die sie aus ihrer Kindheit kennen oder sie müssen beraten werden. Die Klassiker finden sich in der Backlist der Verlage, zum Teil sogar in Comic-Form wie zum Beispiel die Bücher Erich Kästners. Auch die Klassiker der DDR-Kinderliteratur aus dem Kinderbuchverlag sind im Angebot und verkaufen sich gut, wenn auch zu 95 Prozent in den neuen Bundesländern. Eine sichere Bank für die Verlage. Das umfangreiche Angebot für Leseanfänger bis neun Jahre enthält in erster Linie Serientitel von bekannten Autoren und soll in den Augen von Eltern und Lehrern die Kinder spielerisch zur selbständigen Lektüre führen. Hier wird mit vielen didaktischen Tricks gearbeitet und vor keinem Klischee zurückgeschreckt. Die bereits im Kleinkindalter beginnende Aufteilung in Bücher für Jungen und für Mädchen spiegelt sich in den Themen wie Prinzessinnen und Elfen für Mädchen und Fußball – schließlich sind wir in einem WM-Jahr – sowie Rittern und Piraten für Jungen. Eine Piratin wie in „Seeräuber Moses“ von Kirsten Boie ist eine Ausnahme. Die Damen auf der Ritterburg kommen nicht vor. Die laut Vorschau „originell-liebenswürdigen Protagonisten“ einer Serie mit besonderer Empfehlung für Jungen heißen „Lulatsch und Haudrauf“. Kein Wunder, dass bei den realistischen Kinderbüchern für die etwas älteren Kinder, die in der Schule spielen, Gewalt zwischen Schülern inzwischen das Hauptthema ist. Die Mädchen tauchen in den Serien ein in die pinkfarbene und glitzernde Markenwelt. Die Kinderliteraturwissenschaftlerin Gundel Mattenklott beschreibt das so: „Die große rosa Mädchenwolke driftet in die modische Trivialität – so ungefährlich wie das Sammeln von Glanzbildchen und ästhetisch auf dem gleichen Niveau.“

Das Kinderbuch wird der Entwicklungsaufgabe der mittleren Kindheit mit der ersten Verliebtheit, der Angst vor peinlichen Situationen und der heute früher beginnenden Pubertät nicht gerecht. Und auch nicht der Tatsache, dass sich Kinder oft trotz schwieriger familiärer und materieller Umstände zu resilienten, d.h. selbstbewussten und widerstandsfähigen Persönlichkeiten entwickeln. Das Kinderbuch bleibt auf der Strecke, das heißt es bleibt in den Kinderschuhen der Klischees stecken. Es reicht nicht, die Kinder von sechs bis elf Jahren mit einem nur unterhaltsamen „Rundum-Sorglos-Paket“ – wie die „All-Age-Bücher“ es größtenteils bieten – zu versorgen. Kinderbücher müssen auch in der relativ kurzen Zeitspanne von etwa fünf Jahren differenziert und originell auf die Entwicklung der Kinder eingehen, damit diese interessierte Leser werden und bleiben.

Es gibt entsprechende Bücher, aber um sie zu finden, müssen die erwachsenen Käufer beraten werden, sich orientieren können. Dazu dient unter anderem der Deutsche Jugendliteraturpreis in der Sparte Kinderbuch und der Empfehlungskatalog „Das Kinderbuch“ des Arbeitskreises für Jugendliteratur e.V. von 2009 mit rund 150 ausgewählten und annotierten Titeln für Kinder zwischen fünf und zwölf Jahren.

Regina Pantos
Vorsitzende des Arbeitskreises für Jugendliteratur e.V.

Kontakt:
Julia Lentge
Arbeitskreis für Jugendliteratur e.V.
Metzstraße 14c, 81667 München
Telefon: 089 / 45 80 80 82
E-Mail: lentge@jugendliteratur.org
Internet: www.jugendliteratur.org

19. März 2010: Trendbericht Kinder- und Jugendbuch

Dr. Simone Ehmig, Stiftung Lesen

Fragt man nach Auswirkungen von All-Age-Büchern auf den Kinderbuchmarkt, so lohnt sich – aus Sicht der Forschung – ein Blick auf die Zielgruppen und potenziellen Käufer. All-Age-Bücher verlangen ein All-Age-Setting. Ein solches findet sich idealerweise in der Familie, die mindestens zwei Generationen vereint und gleichermaßen Zielgruppe von All-Age-Büchern wie Kinderbüchern ist – mit dem Unterschied, dass letztere eine Generation besonders ansprechen, die All-Age-Bücher aber alle.

Welche Chancen bieten All-Age-Bücher in Familien, auf welche Vorbedingungen treffen sie dort und welche Grenzen sind ihnen gesetzt? Diese Fragen lassen sich aufgrund von mehreren Repräsentativbefragungen der Gesamtbevölkerung, von Eltern und Kindern zum Leseverhalten und zur Lesesozialisation beantworten, die das Institut für Lese- und Medienforschung der Stiftung Lesen in den vergangenen beiden Jahren durchgeführt hat – unterstützt durch die Bundesministerien für Bildung und Forschung, für Familie, Senioren, Frauen und Jugend, durch die Deutsche Bahn und Die Zeit.

Jeder vierte Erwachsene in Deutschland liest nie ein Buch. Dementsprechend liest auch jeder vierte Erwachsene nie ein All-Age-Buch, geschweige denn ein Kinderbuch. In Familien mit kleinen Kindern lesen nur etwas mehr als die Hälfte der Eltern regelmäßig vor. 42 Prozent tun es selten oder nie. Besonders selten lesen Väter vor. Zu den vielfältigen Gründen, die Väter vom Vorlesen abhalten, gehört, dass gut ein Viertel von ihnen mit den Inhalten der Vorlesebücher nicht immer etwas anfangen kann. Hier läge – bei entsprechender Bereitschaft der Väter – ein Potenzial der All-Age-Bücher. Warum Kinder, die schon ein entsprechendes Alter haben, nicht in die Welt eines Buch mit hinein nehmen, das man selbst gerade liest?

Eltern in Deutschland sind sich einig: Lesen ist gut für ihre Kinder. Dennoch spielt das Lesen von Büchern in ihren Erziehungszielen nur eine untergeordnete Rolle. Nur in gut jeder zweiten Familie nehmen Eltern aktiv Einfluss auf das Leseverhalten ihres Nachwuchses. Besondere „Risikofaktoren“ in der Lesesozialisation von Kindern bieten u. a. Haushalte, in denen die Eltern eine einfache formale Bildung besitzen und selbst nicht oder nur selten lesen. Eine differenzierte Analyse zeigt, dass Kinder auch in solchen Familien Freude am Lesen entwickeln können: Wenn ihre Eltern sie ernst nehmen, sie in Gespräche einbeziehen, deren Themen auch von den Kindern kommen können – und wenn sie ihnen nicht nur vorlesen, sondern mit ihnen gemeinsam Bücher lesen. Dieser Befund gibt ein Signal, das Verlage mit Produkten wie Geolino oder Mein Spiegel verstanden zu haben scheinen: Printmedien für Kinder, die an Printmedien ihrer Eltern angekoppelt sind – wenn diese sie lesen. Analog bieten auch hier All-Age-Bücher ein Potenzial: Lesestoff für verschiedene Generationen, der für alle Stoff zum Nachdenken, zum Auseinandersetzen und für Gespräche zwischen den Generationen ist.

Fazit: Ihre Brückenfunktion, mit der sie generationsspezifische Produkte wie Kinderbücher in keinsten Weise in Frage stellen oder überflüssig machen, können All-Age-Bücher nur dann wahrnehmen, wenn sie auf entsprechend disponierte All-Age-Settings treffen. Eltern, Kinder und Jugendliche müssen sie lesen. Eltern müssen sie ggf. vorlesen oder weitergeben. Sie müssen gesprächsbereit sein und ihren Kindern das Lesen als einen Weg zur Selbstentfaltung ebnen. Ohne diese Vorbedingungen bleiben sowohl All-Age-Bücher wie Kinderbücher längerfristig auf der Strecke. Es ist an der Leseförderung, in schwierigen Umfeldern überhaupt die Disposition herzustellen, dass „All Ages“ lesen.

Dr. Simone Ehmig
Leiterin Institut Lese- und Medienforschung der Stiftung Lesen

Kontakt:

Christoph Schäfer

Stiftung Lesen

Am Römerwall 40, 55131 Mainz

Telefon: 06131 / 28890-28

E-Mail: christoph.schaefer@stiftung-lesen.de

Internet: www.StiftungLesen.de



**Arbeitskreis für
Jugendliteratur e.V.
(AKJ)**

1955 gegründeter Dachverband der
Kinder- und Jugendliteratur in
Deutschland

ca. 40 Mitgliedsverbände
und 200 Einzelpersonen als
Mitglieder
Förderung durch das
Bundesministerium für Familie,
Senioren, Frauen und Jugend

Deutscher Jugendliteraturpreis



**Arbeitsgemeinschaft
Von Jugendbuchverlagen
e.V. (avj)**

1950 gegründeter Fachverband für
Kinder- und Jugendbuchverlage
aus Deutschland, Österreich
und der Schweiz

ca. 80 Mitgliedsverlage

Kinderbuchhandlungspreis

Börsenverein des
Deutschen Buchhandels



**Börsenverein des
Deutschen
Buchhandels e.V.**

1825 gegründeter Dachverband

ca. 5.700 Mitglieder
(Verlage, Buchhandlungen,
Antiquariate, Zwischenbuchhändler
und Verlagsvertreter)

Deutscher Buchpreis

*Friedenspreis des
Deutschen Buchhandels*



Stiftung Lesen

1988 gegründete Organisation, die
zahlreiche Projekte entwickelt, um
das Lesen zu fördern und zu
erforschen

Stifterrat: 37 Mitglieder
(Unternehmen,
Wirtschaftsverbände,
Bundesländer etc.)
Stiftungsrat: 20 Mitglieder
(Mitgliedsverbände
und -organisationen)

*Leseförderungspreis
„AusLese“*

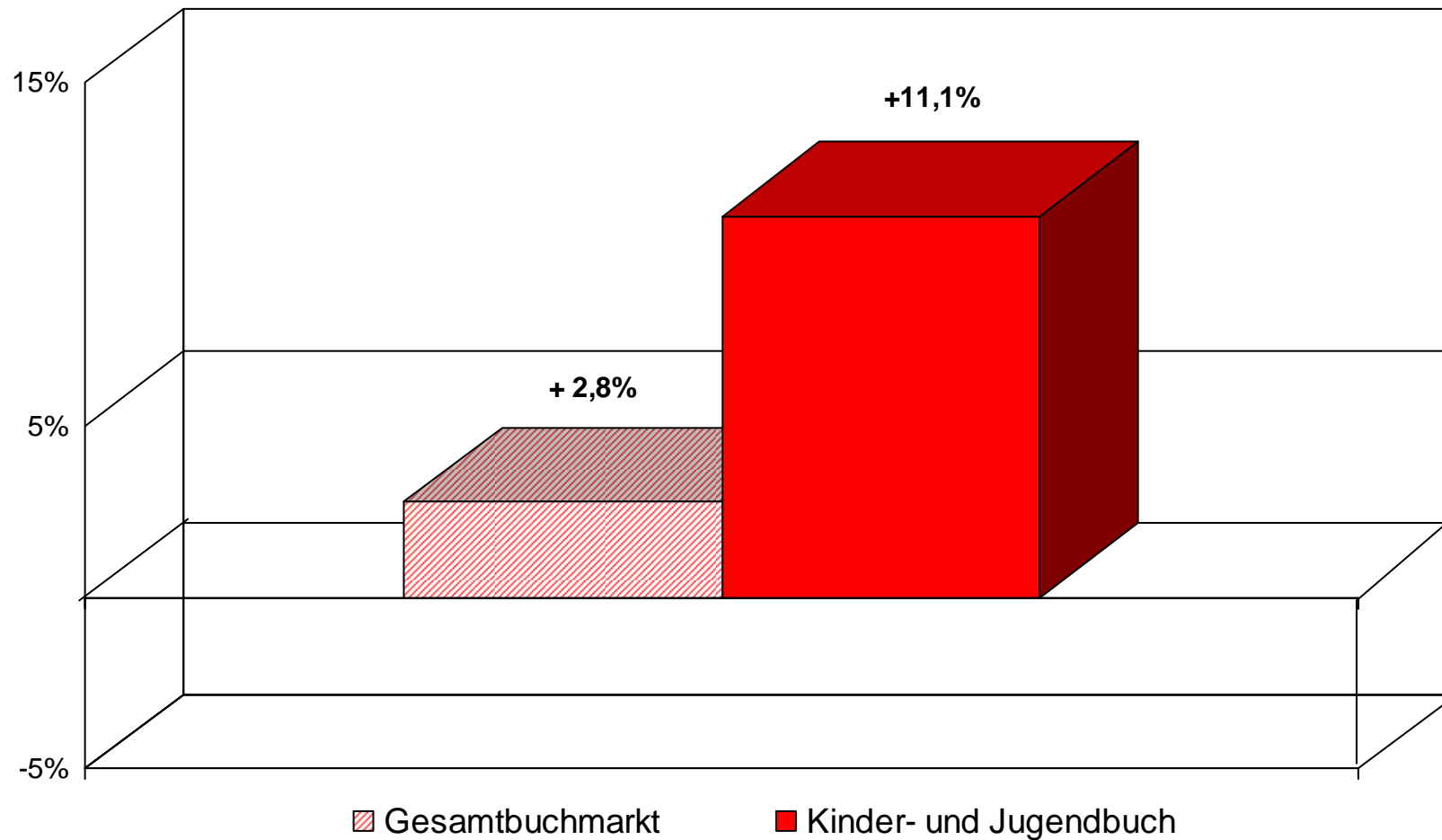
Branchen-Monitor BUCH: Der Markt der Kinder- und Jugendbücher in Deutschland

Leipzig, 19. März 2010

Börsenverein des Deutschen Buchhandels

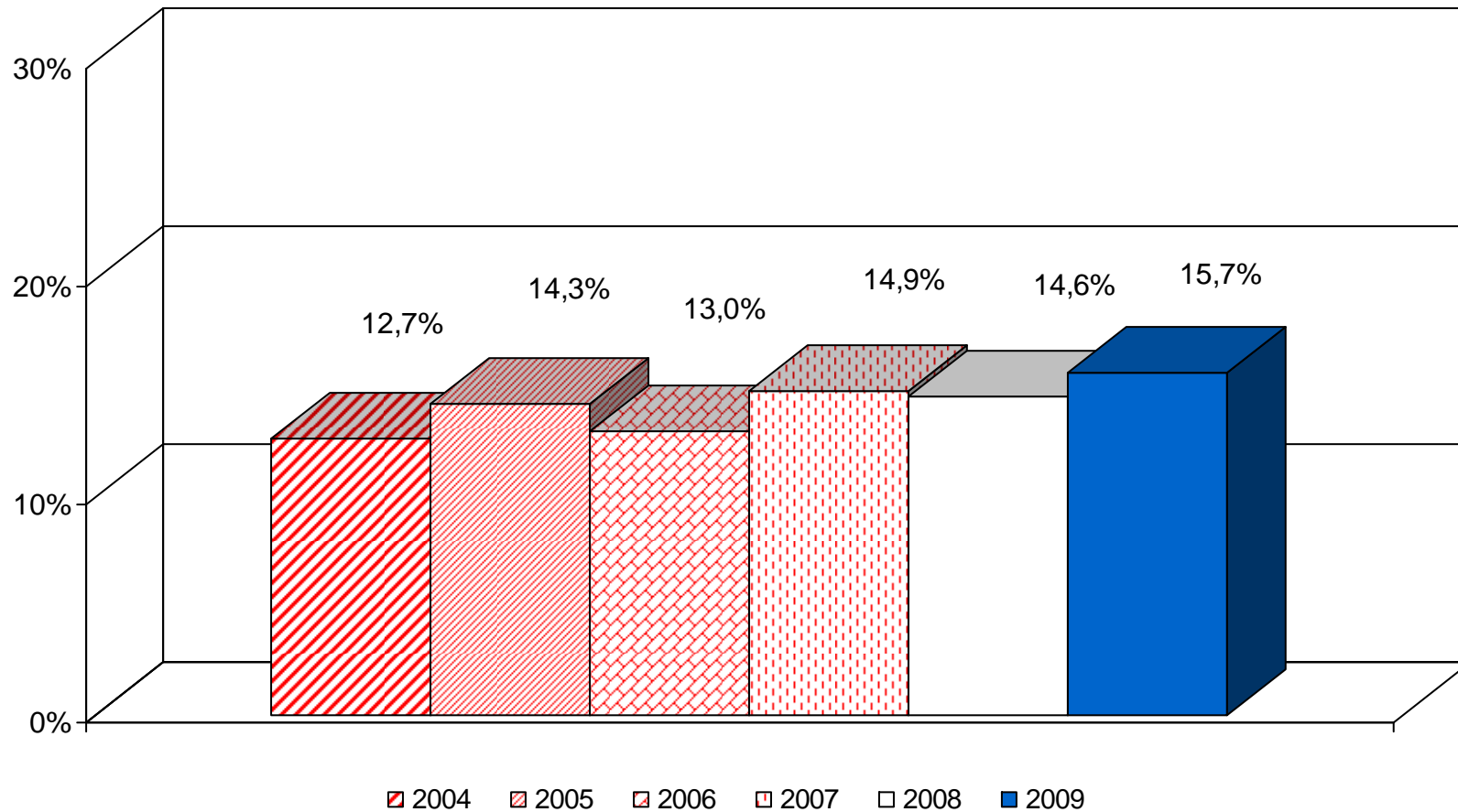


Umsatzveränderung 2009 gegenüber 2008



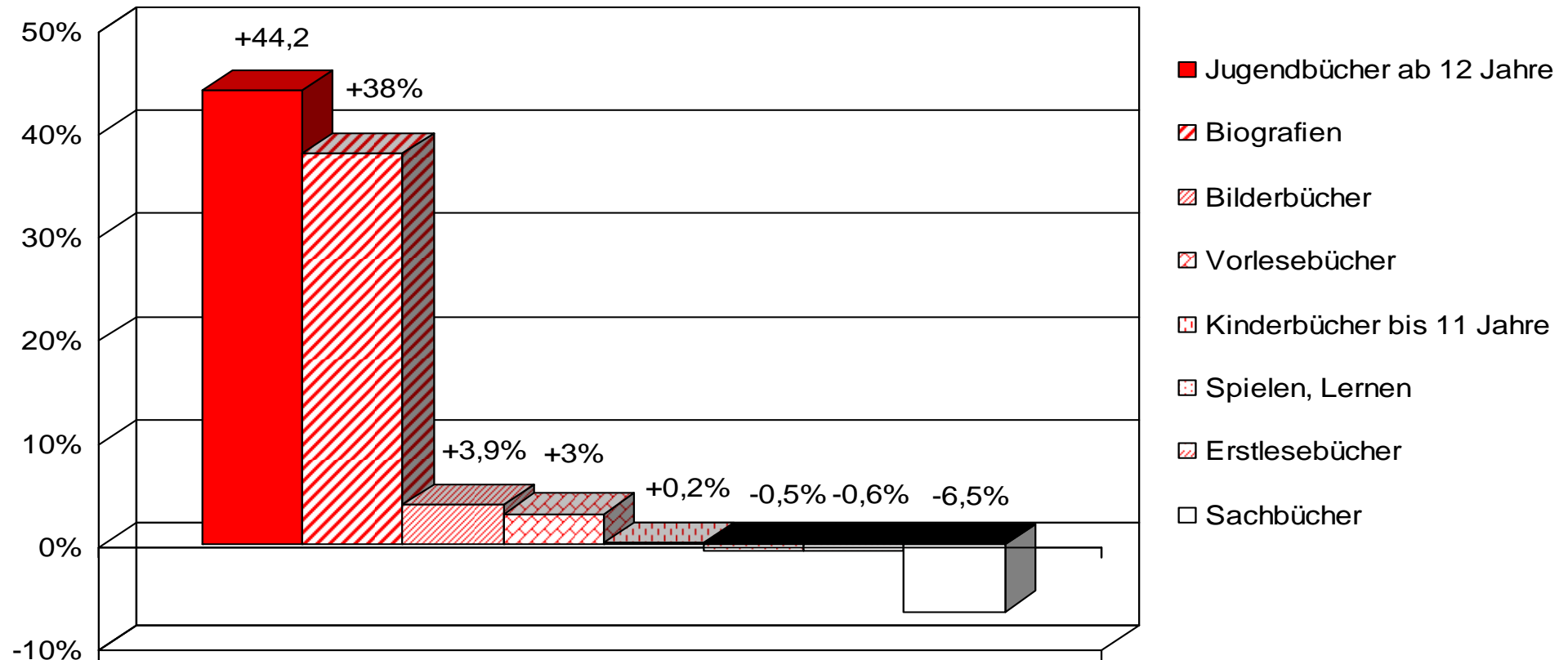
Quelle: media control GFK International 2010

Anteil Kinder- und Jugendbuch am Gesamtumsatz



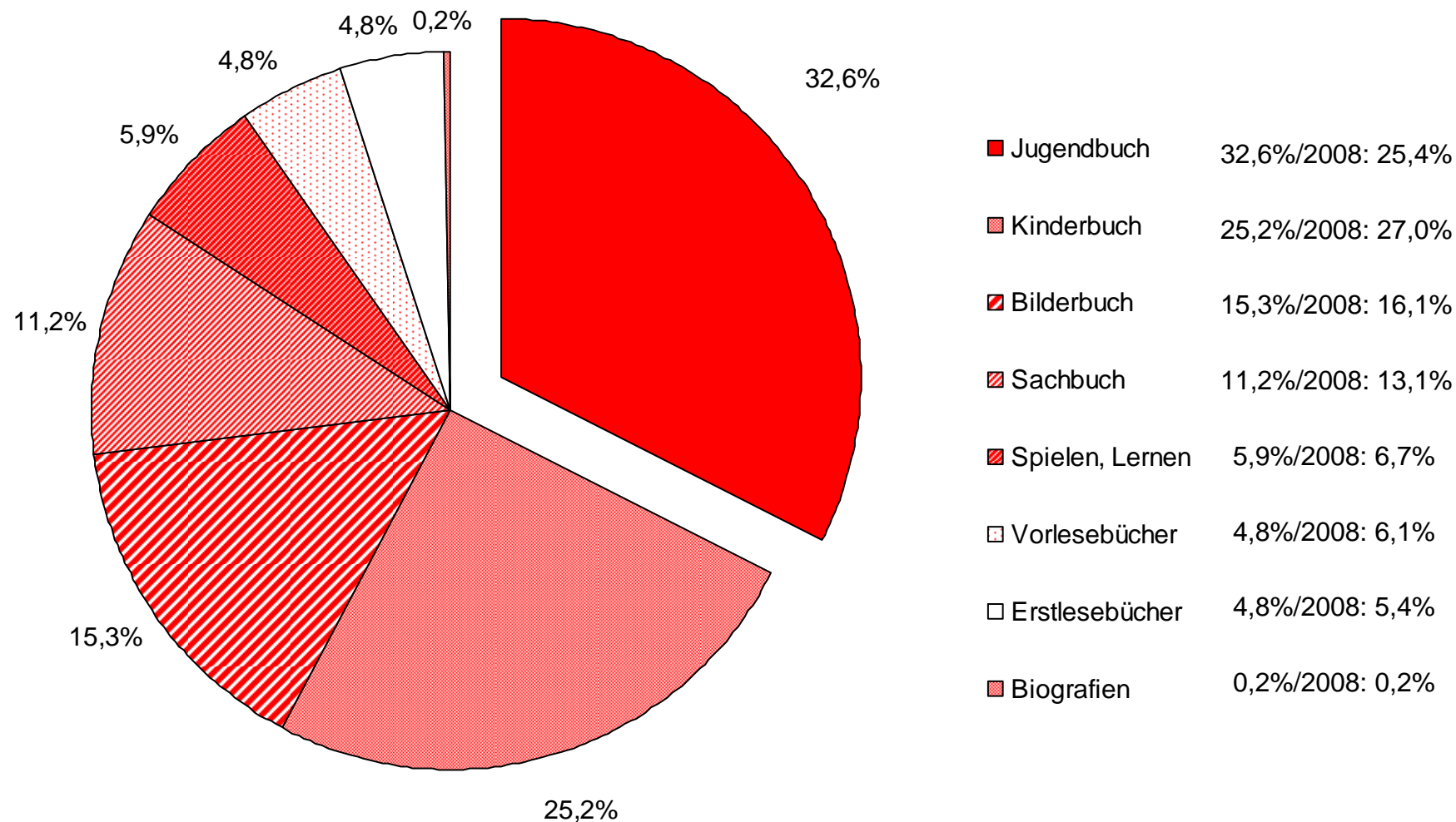
Quelle: media control GFK International 2010

Veränderung Umsatzanteil in der Warengruppe Kinder- und Jugendbuch 2009 zu 2008



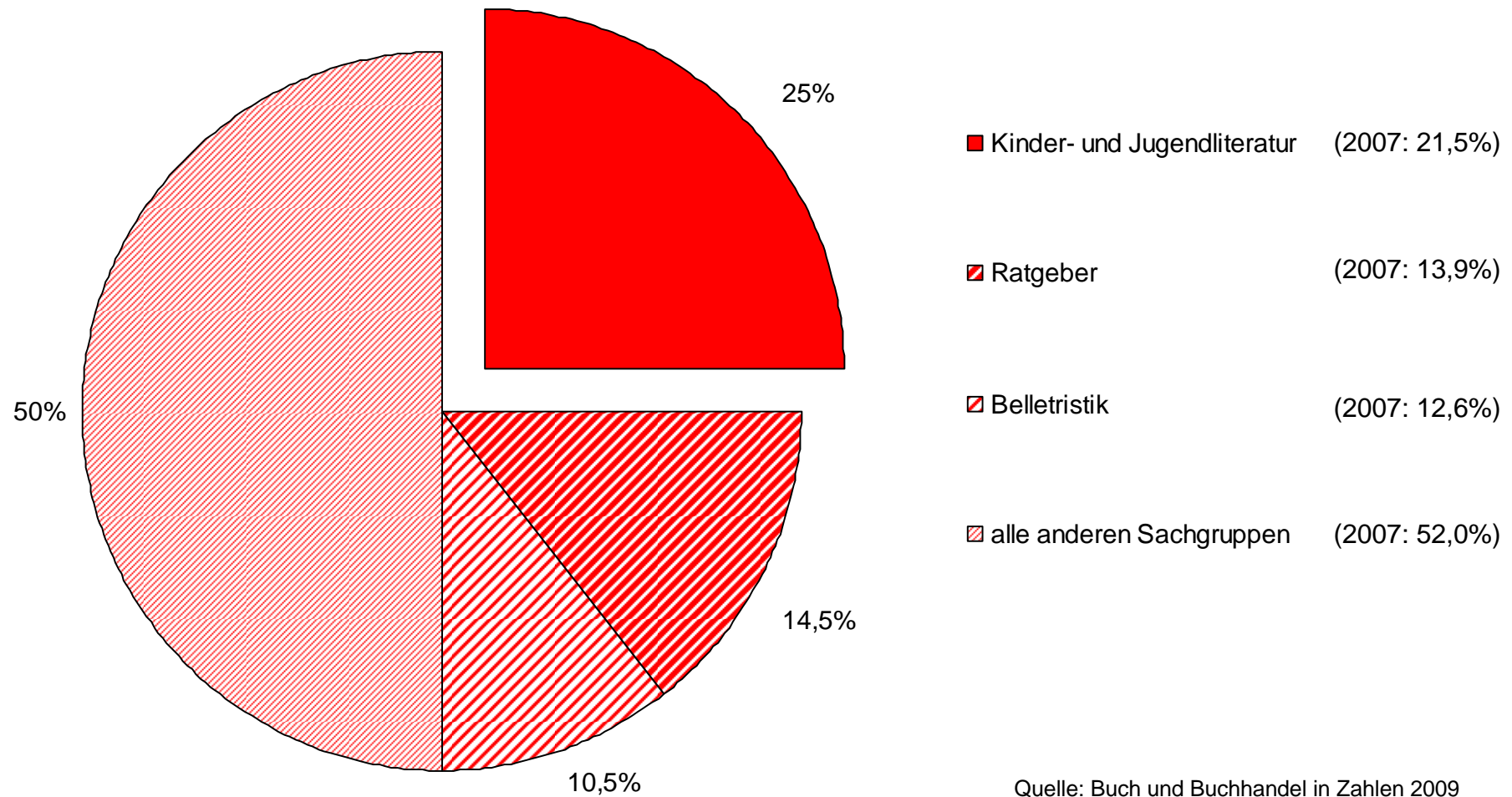
Quelle: media control GfK International 2010

Marktanteile am Kinder- und Jugendbuch 2009



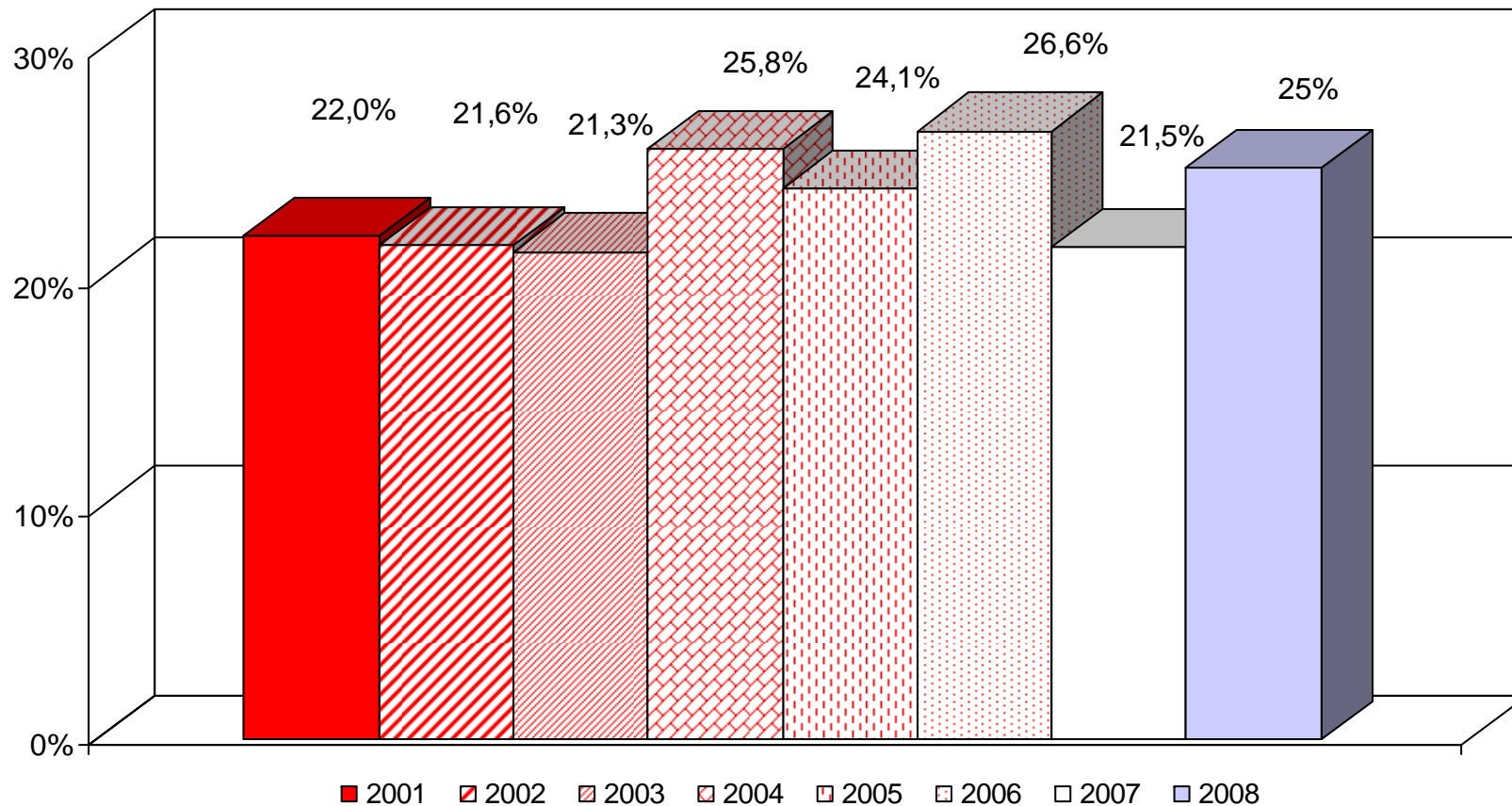
Quelle: media control GfK International 2010

Lizenzvergabe deutscher Bücher ins Ausland 2008



Quelle: Buch und Buchhandel in Zahlen 2009

Lizenzvergabe - Anteil der Kinder- und Jugendbücher



Quelle: Buch und Buchhandel in Zahlen 2009

Branchen-Monitor BUCH: Der Markt der Kinder- und Jugendbücher in Deutschland

Leipzig, 19. März 2010

Börsenverein des Deutschen Buchhandels

