

Börsenblatt Leserbefragung 2015

Befragungszeitraum: 23.04.2015 bis 18.05.2015

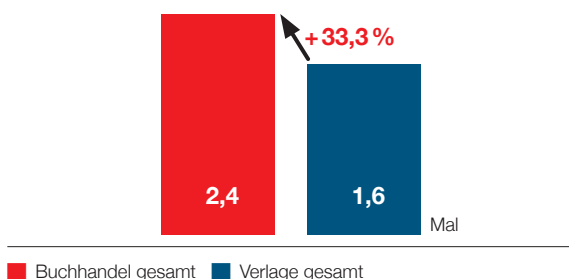
- > Telefonische CATI-Befragung von IM Field GmbH, Leipzig
- > Stichprobe: 301 Börsenblatt-Bezieher (226 Buchhändler, 75 Verlage)
9.488 verbreitete Exemplare, IVW II/2015

Maximale Nutzung

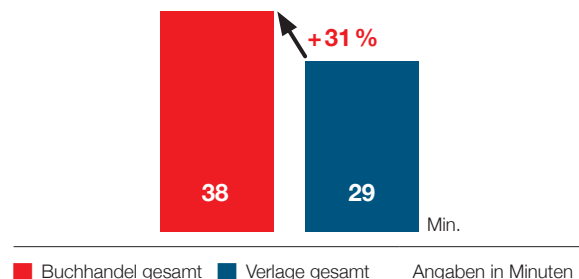
Der Buchhändler liest mehr als 30 % häufiger und länger als der Verleger.

Das Börsenblatt wird in der gesamten Branche gelesen, insbesondere im Buchhandel. Im Vergleich zur Leserbefragung 2012 ist die Lesedauer einer Ausgabe um mehr als 10% gestiegen.

So häufig wird eine Ausgabe des Börsenblattes in die Hand genommen



Lesedauer in einer Ausgabe des Börsenblattes



Wie Sie besser Bücher verkaufen.

börsenblatt

Maximale Reichweite

Das Börsenblatt erreicht viele und die Richtigen.

Das Fachmagazin wird in der gesamten Branche gelesen — bis zum Top-Entscheider. Eine Ausgabe hat durchschnittlich mehr als 56.000 Leser.* In großen Buchhandlungen geht das Börsenblatt dabei durch mehr als 12 Hände.

Leser pro Heft

Branche Ø	Buchhandel groß	Buchhandel mittel	Buchhandel klein	Verlage gesamt
5,8	12,8	4,9	3,7	8,3

* Verbreitete Auflage: 9.488 (IWW-geprüft, II/2015); 5,8 Leser pro Heft (Verlag + Buchhandel); Hochrechnung MVB

Das Börsenblatt informiert die Entscheider.

Nachgefragt: Inwieweit sind Sie an Entscheidungsprozessen bei Sortimentsbestellungen beteiligt?

	Buchhandel groß	Buchhandel mittel	Buchhandel klein
Alleiniger Entscheidungsträger/ Einkäufer	15 %	30 %	48 %
Entscheidung im Team	75 %	71 %	58 %
Vorbereitung der Entscheidung	20 %	9 %	8 %
Nicht beteiligt	5 %	3 %	0 %

Mehrfachnennungen möglich, nur Buchhandlungen

Das Börsenblatt, der Marktführer.

Regelmäßige Nutzung jeder/ fast jeder Ausgabe

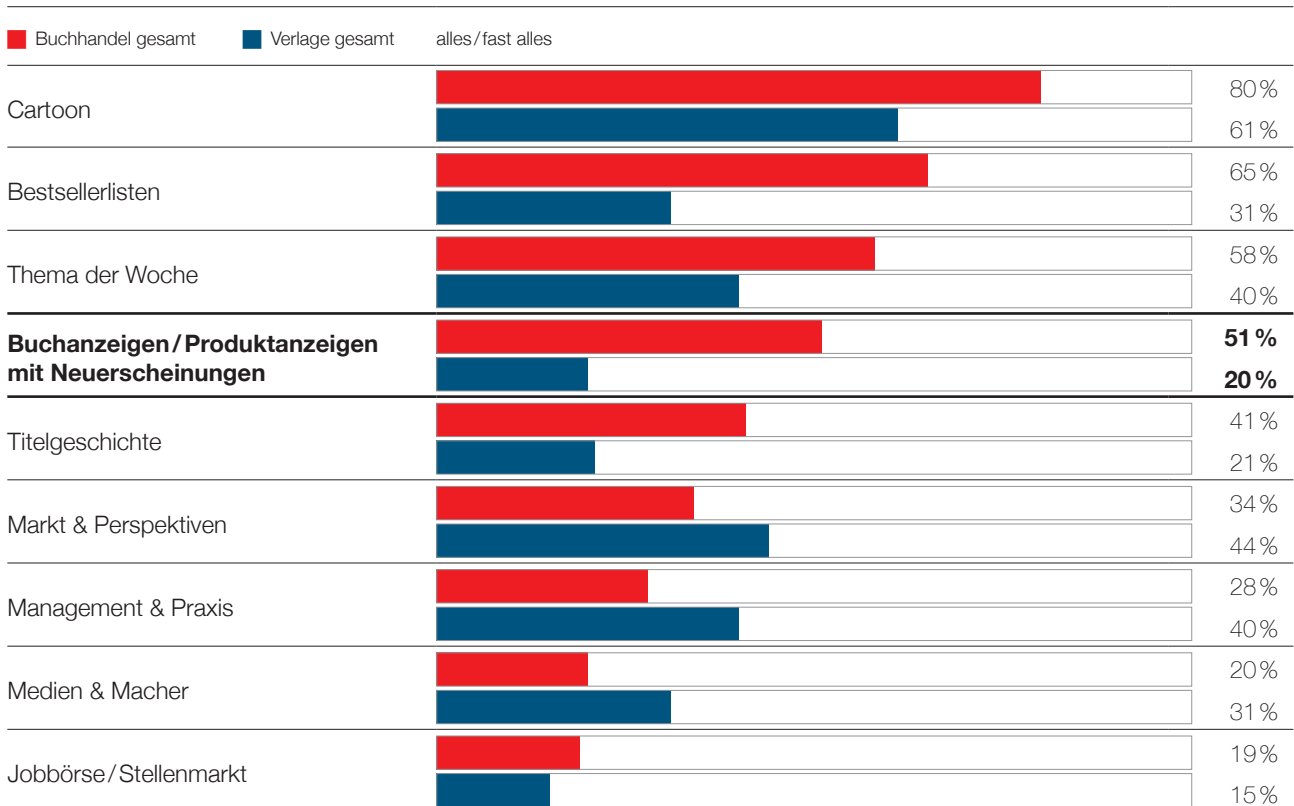
Börsenblatt	88 %	91 %
Buchmarkt	24 %	40 %
Buchreport Magazin	13 %	21 %
Buchreport Express	13 %	24 %

■ Buchhandel gesamt ■ Verlage gesamt

Maximale Werbewirkung

Besonders beliebt sind bei der Lektüre des Börsenblatts neben dem Cartoon, die Bestsellerlisten und Anzeigen zu Neuerscheinungen. Diese werden von den Lesern gewünscht, intensiv gelesen und für den Einkauf genutzt. Im Vergleich zu anderen Kommunikationsformen der Verlage an den Buchhandel bietet eine Börsenblatt-Anzeige ein hervorragendes Preis-Leistungs-Verhältnis.

Wie intensiv werden die Rubriken gelesen



Wenn's mal schnell gehen muss: Sofortmaßnahmen funktionieren.

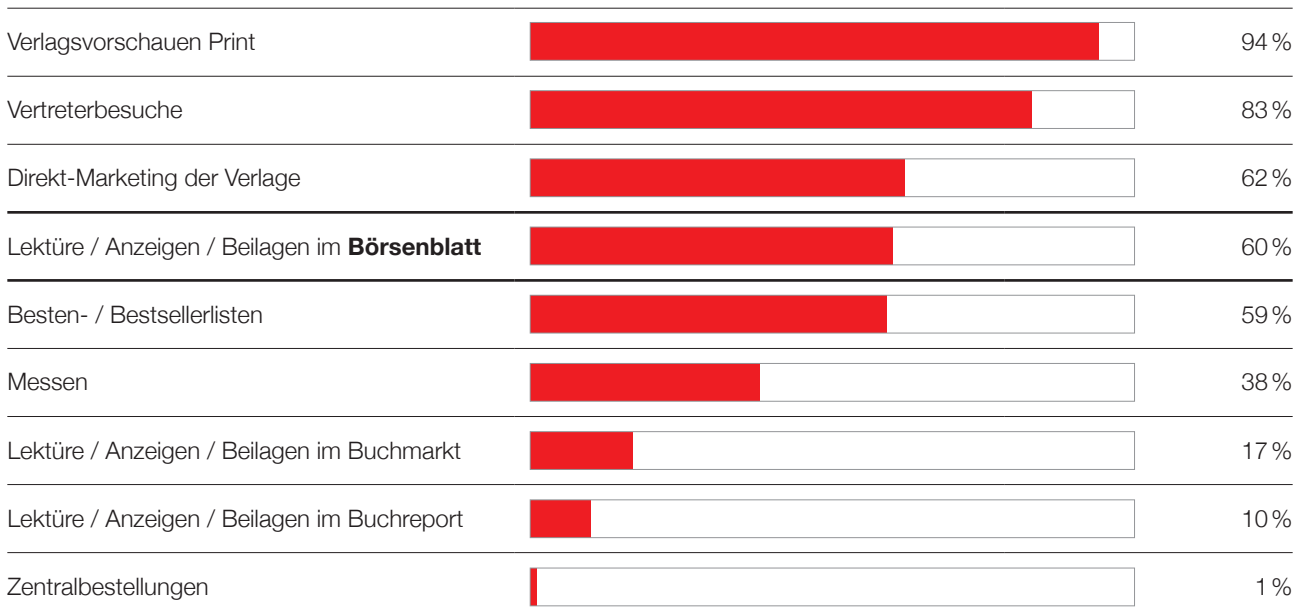
Anzeigen zu nicht-angekündigten Titeln helfen dem Buchhändler ...



Mehrfachnennungen möglich, nur Buchhandlungen

Preis-Leistungs-Sieger im Marketingmix.

Aufgrund welcher Informationen wird für das reguläre Sortiment bestellt?

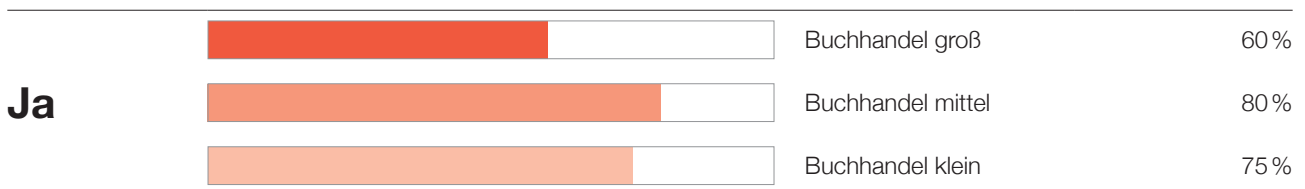


Mehrfachnennungen möglich, nur Buchhandlungen

 Buchhandel gesamt

Das Börsenblatt: Aufmerksamkeit auch für unbekannte Titel und Verlage.

Sind Sie schon einmal durch eine Börsenblatt-Anzeige auf unbekannte Titel oder Verlage aufmerksam geworden?



n = 226, nur Buchhandlungen

Haben Sie aufgrund dessen für Ihr Lager bestellt?



n = 171, nur Buchhandlungen

Die ausführliche Börsenblatt Leserbefragung finden Sie unter:

www.mvb-online.de/leserbefragung_2015

MVB Marketing- und Verlagsservice des Buchhandels GmbH

Braubachstraße 16 | 60311 Frankfurt am Main | Tel.: +49 (0)69 1306-220 | anzeigen@mvb-online.de