



Börsenblatt Leserbefragung 2015

börsenblatt 

Wie Sie besser Bücher verkaufen.

Untersuchungsprotokoll






















Zahlen und Eckdaten der Umfrage

Zielgruppen	Buchhändler und Verleger, Bezieher des Börsenblatts (Auflage: 9.488 verbreitete Exemplare, IVW II/2015)	
Methode	Telefonische CATI-Befragung, Befragungszeitraum 23.4. – 18.5.2015, durchgeführt von Im Field GmbH, Leipzig	
Stichprobe	Gesamt	n = 301
Börsenvereins-Mitglieder:	Buchhandel	n = 226
groß: mehr als 10 Mio. EUR Umsatz	groß	n = 20
mittel: 400.000 EUR bis 10 Mio. EUR Umsatz	mittel	n = 76
klein: bis 400.000 EUR Umsatz	klein	n = 130
	Verlage	n = 75
	groß	n = 13
	mittel	n = 25
	klein	n = 37



Befragtenstruktur

Soziografie der Leser

Alter	Gesamt (n=301)	Buchhandel (n=226)	Verlage (n=75)
bis 29 Jahre	3% 	3% 	3% 
30 bis 39 Jahre	12% 	11% 	17% 
40 bis 49 Jahre	24% 	24% 	23% 
50 bis 59 Jahre	33% 	33% 	32% 
60 Jahre und älter	25% 	27% 	19% 
Geschlecht			
weiblich	65% 	65% 	65% 
männlich	35% 	35% 	35% 

Befragte gesamt, Differenz zu 100% durch Rundung bzw. keine Angabe

In allen Betriebsgrößen gelesen.

Unternehmensgrößen der Leser

	Buchhandel groß	Buchhandel mittel	Buchhandel klein	Verlage gesamt
unter 5 Beschäftigte	0 %	46 %	81 %	51 %
5 bis 9 Beschäftigte	15 %	37 %	15 %	8 %
10 bis 49 Beschäftigte	25 %	16 %	1 %	21 %
50 bis 99 Beschäftigte	10 %	0 %	0 %	8 %
100 und mehr Beschäftigte	40 %	0 %	0 %	9 %

Differenz zu 100%: keine Angabe

Im ganzen Unternehmen gelesen.

Funktion der befragten Leser im Unternehmen

	Buchhandel groß	Buchhandel mittel	Buchhandel klein	Verlage gesamt
Geschäftsführer/Inhaber/Filialleiter	50 %	76 %	88 %	47 %
Abteilungsleiter/Prokurist	20 %	9 %	3 %	13 %
Verkaufsmitarbeiter	20 %	14 %	8 %	15 %
Marketing-/PR-Mitarbeiter	0 %	0 %	0 %	9 %
Andere Position	5 %	0 %	1 %	13 %

Differenz zu 100%: keine Angabe

Informiert die Entscheider.

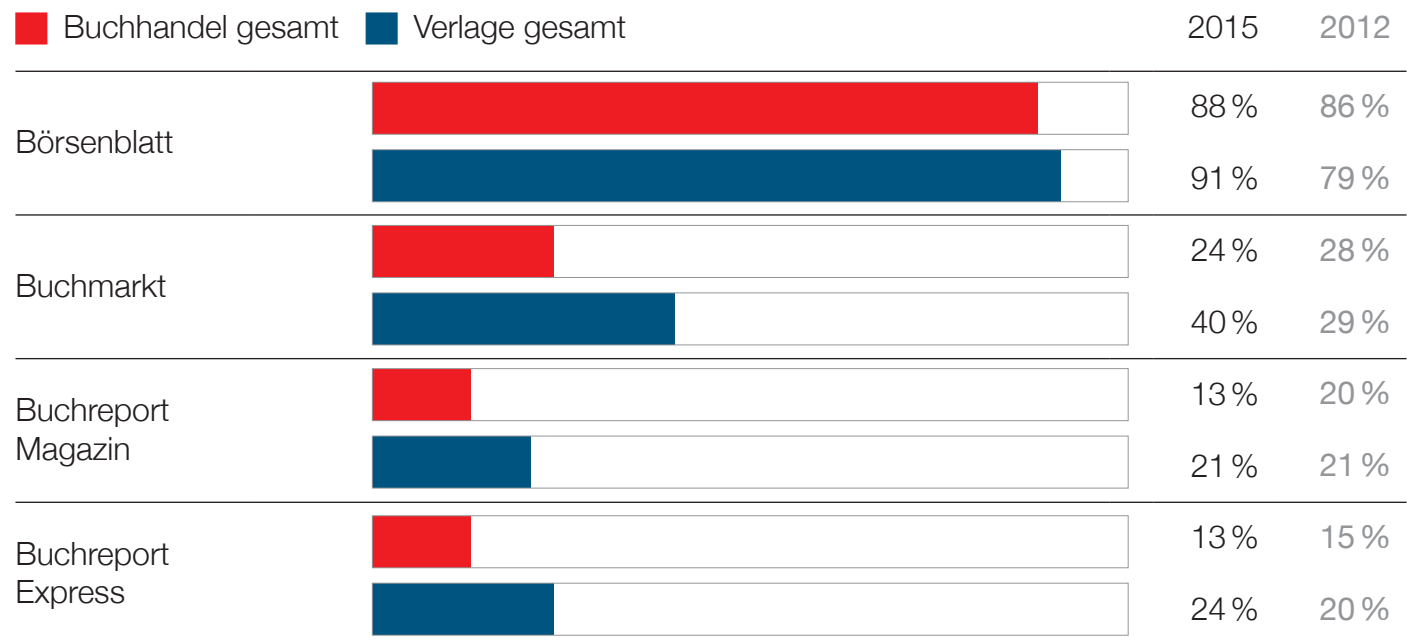
Nachgefragt bei Buchhändlern: Inwieweit sind Sie an Entscheidungsprozessen bei Sortimentsbestellungen beteiligt?

	Buchhandel gesamt	Buchhandel groß	Buchhandel mittel	Buchhandel klein
Alleiniger Entscheidungsträger/Einkäufer	39 %	15 %	30 %	48 %
Entscheidung im Team	64 %	75 %	71 %	58 %
Vorbereitung der Entscheidung	9 %	20 %	9 %	8 %
Nicht beteiligt	1 %	5 %	3 %	0 %

Mehrfachnennungen möglich, nur Buchhandlungen

88 % der Buchhändler nutzen das Börsenblatt regelmäßig.

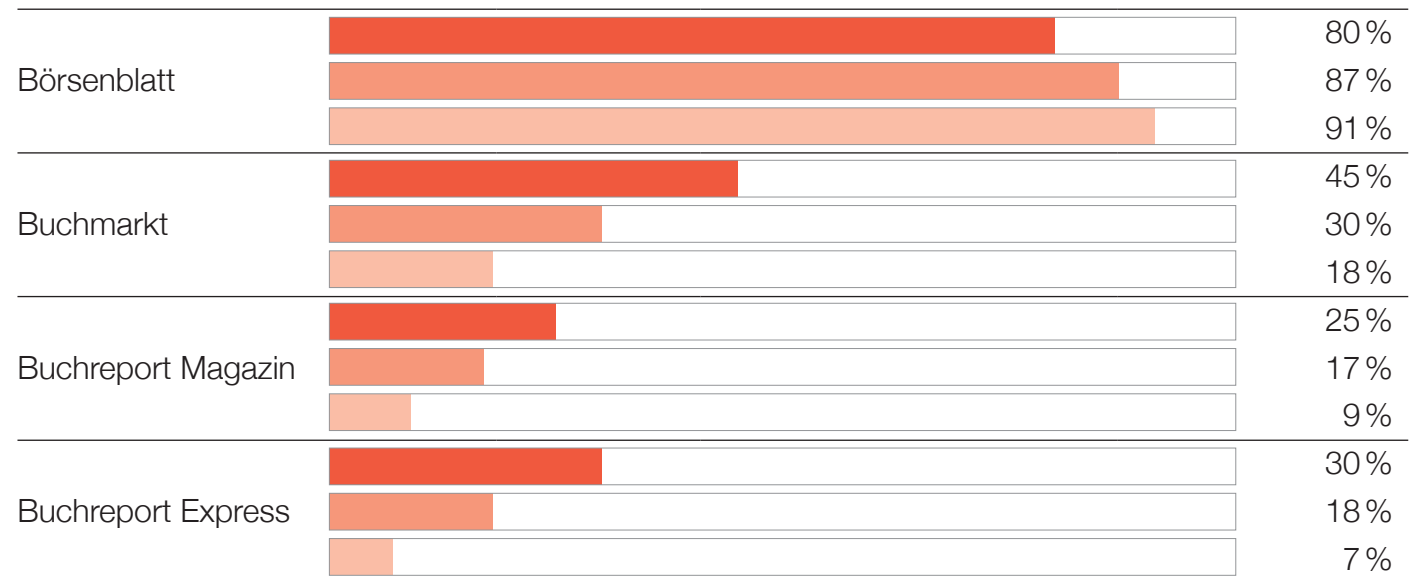
Regelmäßige Nutzung jeder/fast jeder Ausgabe



Großes Interesse durch das gesamte Sortiment.

Fokus auf Unternehmensgröße:
Regelmäßige Nutzung jeder/fast jeder Ausgabe

■ Buchhandel groß ■ Buchhandel mittel ■ Buchhandel klein



Das Börsenblatt hat 5,8 Leser je Heft – bei einer verbreiteten Auflage von 9.130 Exemplaren.

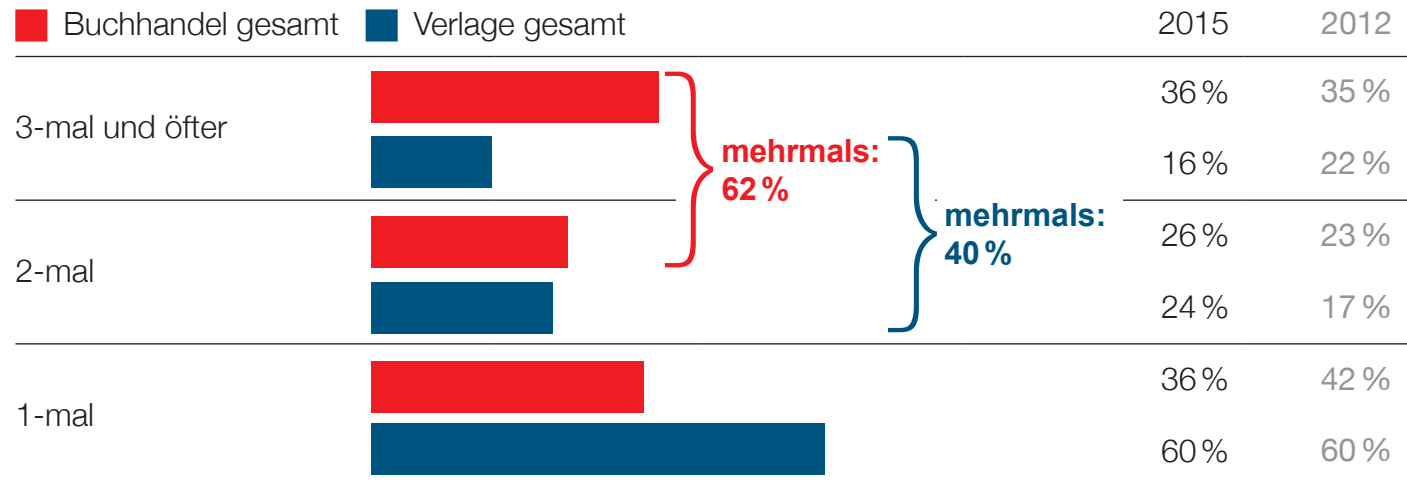
Leser pro Heft

Branche Ø	Buchhandel gesamt	Buchhandel groß	Buchhandel mittel	Buchhandel klein	Verlage gesamt
5,8	5,0	12,8	4,9	3,7	8,3
2012: 5,9	5,4	12,8	5,5	4,2	7,2

Verbreitete Auflage: 9.488 Exemplare (IWW II/2015)

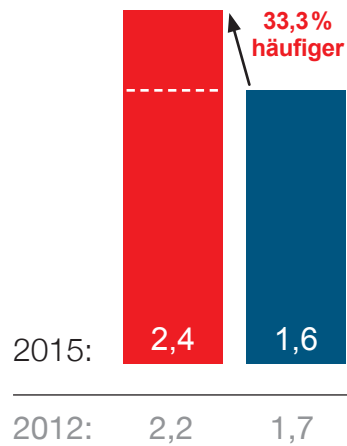
Buchhändler greifen öfter zum Börsenblatt ...

Lesehäufigkeit einer Ausgabe des Börsenblatts



Differenz zu 100%: keine Angabe

Mittelwert

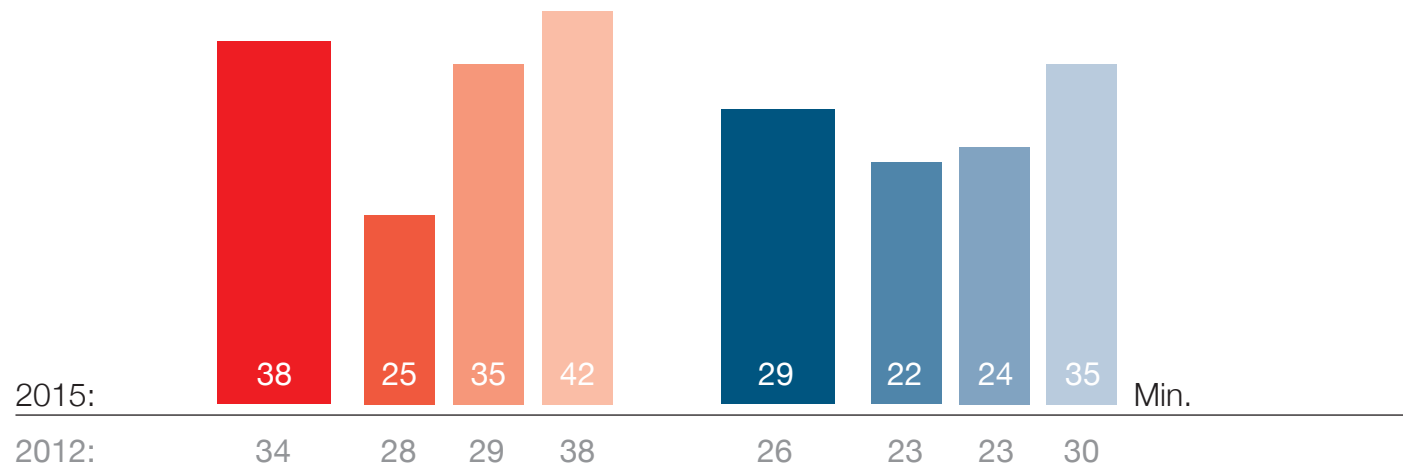


Steigerung der Lesedauer um mehr als 10 % im Vergleich zur Umfrage 2012.

Lesedauer in einer Ausgabe des Börsenblatts in Minuten

- Buchhandel gesamt
- Buchhandel groß
- Buchhandel mittel
- Buchhandel klein

- Verlage gesamt
- Verlage groß
- Verlage mittel
- Verlage klein



Angaben in Minuten

Buchhändler wünschen sich Infos über Neuerscheinungen und Kundentrends, Verleger zu Marktdaten.

Fachbezogene Interessenbereiche

	Buchhandel 2015	2012	Verlage 2015	2012
Kundentrends	84 %	72 %	69 %	68 %
Informationen über Neuerscheinungen und Buchempfehlungen	81 %	81 %	47 %	57 %
Praxis-Tipps für Sortimenter (Best Practice)	75 %	78 %	24 %	24 %
Marktdaten	74 %	68 %	83 %	77 %
Informationen über Autoren	65 %	72 %	39 %	44 %
Rechtsfragen	61 %	62 %	76 %	77 %
Informationen über Zusatzgeschäfte des Buchhandels (DVDs, Nonbooks, PBS ...)	58 %	56 %	33 %	33 %
Digitalisierung/E-Books	50 %	49 %	67 %	68 %

Mehrfachnennungen möglich, Note 1 und 2 einer 6-stufigen Skala
(Note 1 = sehr stark interessiert, Note 2 = sehr interessiert)

Kommentare der Befragten:

„Es ist die gute Mischung von Neuerscheinungen, internen Informationen über Verlage und dem Branchenüberblick, den das Blatt bietet.“

„Ich bekomme Informationen über Neuerscheinungen, Informationen aus der Branche über neue Trends und Praxistipps.“

13%
lesen das Börsenblatt
von hinten nach vorne.



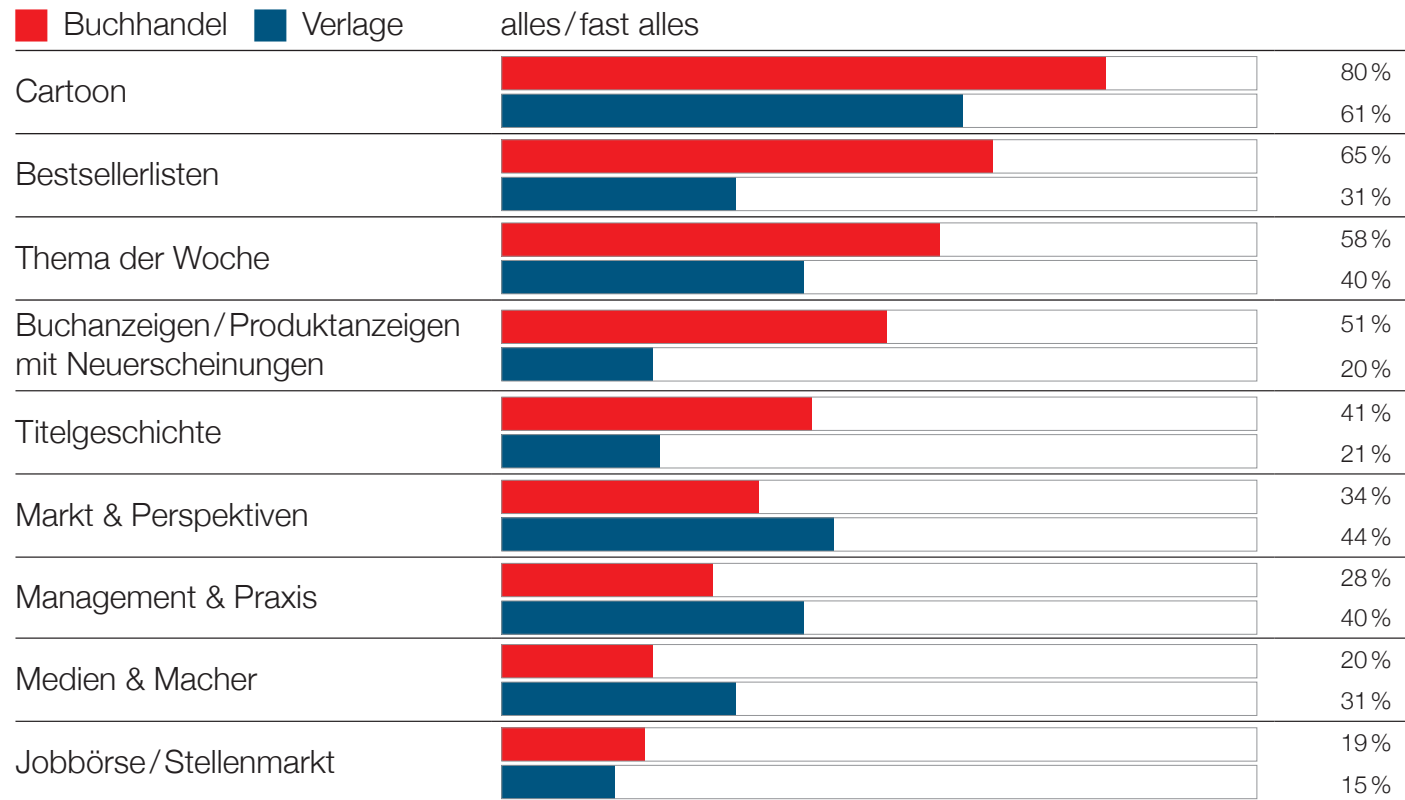
Kommentare der Befragten:

„Das Beste ist der Cartoon. Ich schneide ihn immer aus und lege ihn an der Kasse aus. Die Kunden freuen sich dann immer sehr darüber.“

„[Die] Bestsellerliste ist übersichtlich und informativ – da hat man alles direkt und auf einen Blick [...]“

Besonders beliebt: Bestsellerlisten, Thema der Woche und Anzeigen zu Neuerscheinungen.

Wie intensiv werden die Rubriken gelesen?



Kein Donnerstag ohne Börsenblatt.

Leser-Blatt-Bindung: Die Bezieher würden das Börsenblatt vermissen.

■ sehr stark ■ stark ■ weniger stark ■ gar nicht

Buchhandel



Verlage










Kommentare der Befragten:

„Ich finde es gut, dass man wöchentlich mit allen Neuigkeiten aus der Branche versorgt wird.“

„Die Abwechslung der Themen zwischen Buchhandlung und Verlagen vermittelt gegenseitig viel Wissenswertes.“

Immer aktuell, immer gut geschrieben.

Fachliche Qualität des Börsenblatts		2015	2012
Aktualität		86%	86%
Fachliche Qualität der Texte		84%	79%
Artikellänge		73%	72%
Themenvielfalt in den Ressorts		68%	65%
Gestaltung/Layout		65%	70%
Aussagekraft der Bilder		56%	46%
Diskussionsplattform		43%	49%

Note 1 und 2 einer 6-stufigen Skala (1 = sehr gut, 6 = sehr schlecht)

Das Börsenblatt: nützlich, praxisnah und vielseitig.

Kommentare der Befragten:

„Das neue Layout ist sehr übersichtlich, die Artikel sind ausführlich und gründlich.“

„Die Mischung der Informationen ist sehr gut. Man erfährt, was andere Buchhändler machen. [...] man bekommt schnell wichtige Informationen in einer übersichtlichen Darstellung. Das ist wichtig, da man in der Regel wenig Zeit hat.“

„Man bekommt branchenspezifische Informationen, die man sonst nirgendwo anders bekommt.“

Allgemeiner Eindruck des Börsenblatts

	2015	2012
Nützlich	84 %	75 %
Praxisnah	75 %	70 %
Vielseitig	72 %	68 %
Modern	61 %	46 %
Liefert Gesprächsstoff	50 %	48 %
Meinungsbildend	45 %	40 %
Polarisiert	22 %	18 %

Note 1 und 2 einer 6-stufigen Skala (1 = sehr gut, 6 = sehr schlecht)

Das Börsenblatt: unverzichtbar für den Beruf.

Der Stellenwert des Börsenblatts

	Buchhandel gesamt	Verlage gesamt
Das Börsenblatt gehört zur Pflichtlektüre, wenn man über die wirtschaftliche Entwicklung in der Buchbranche informiert sein will.	81 %	80 %
Das Börsenblatt gibt einen guten Überblick über das, was am Markt aktuell ist.	77 %	79 %
Das Börsenblatt ist unverzichtbar für den Beruf.	75 %	65 %
Für Meinungsführer ist das Börsenblatt unverzichtbar.	56 %	57 %
Die Anzeigen im Börsenblatt sind genauso wichtig wie der redaktionelle Teil.	42 %	28 %

Note 1 und 2 einer 6-stufigen Skala (1 = trifft voll und ganz zu)

Der Anzeigenteil: ein wichtiges Arbeitsinstrument.

Nutzung des Anzeigenteils

	Buchhandel gesamt	Verlage gesamt
Ich gehe systematisch Seite für Seite durch.	27 %	19 %
Ich markiere mir einzelne Anzeigen (z. B. mit Klebezetteln etc.).	27 %	25 %
Ich blättere ihn durch.	63 %	64 %
Ich ignoriere ihn.	8 %	15 %

Differenz zu 100%: keine Angabe, Mehrfachnennungen möglich

Intensive Nutzung – auch bei größerem Heftumfang.

Nutzung des Anzeigenteils bei **umfangreicheren** Ausgaben

■ intensiver ■ genauso intensiv ■ weniger intensiv ■ k. A.

Buchhandel gesamt



Verlage gesamt



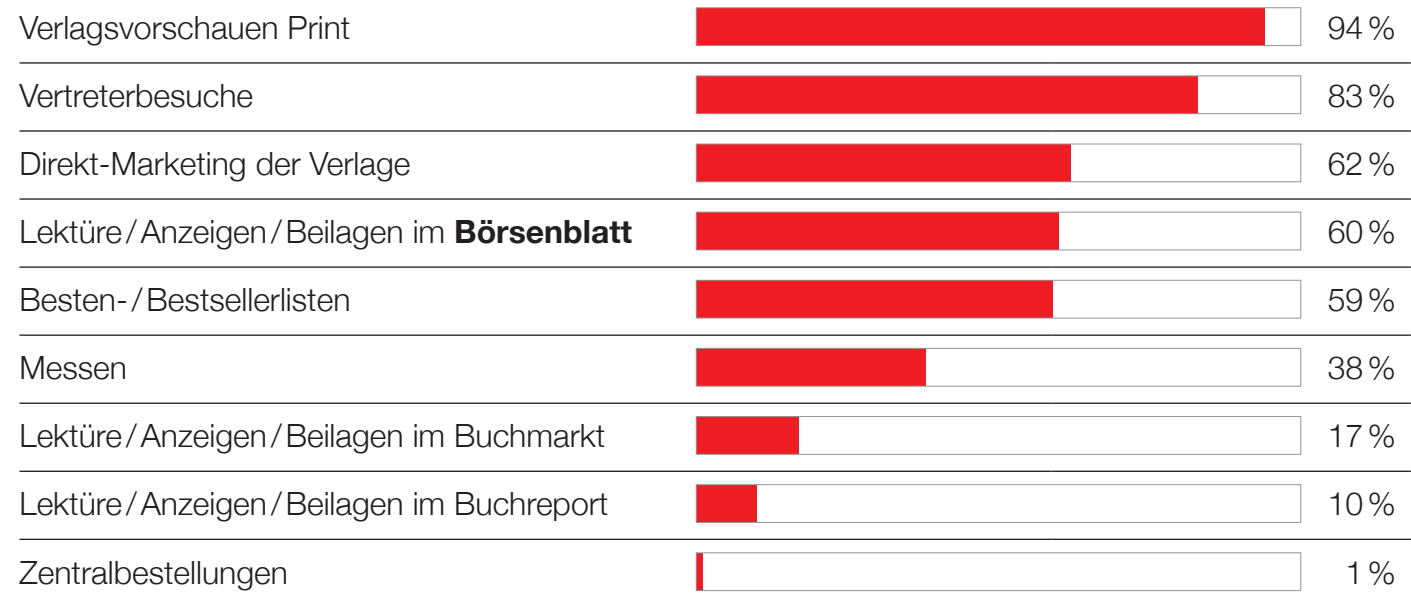
Kommentare der Befragten:

„Das Börsenblatt ist die Informations-
grundlage für uns.“

„Es werden sehr viele Aspekte und
Facetten des Buchhandels darge-
stellt, sodass man einen guten
Überblick über den Gesamtmarkt
bekommt.“

Preis-Leistungs-Sieger im Marketingmix.

Aufgrund welcher Informationen wird für das reguläre Sortiment bestellt?



Nur Buchhandlungen, Mehrfachnennungen möglich

Kommentare der Befragten:

„Was mir gut gefällt, ist der Stellenmarkt und die Tatsache, dass das Börsenblatt das marktnächste Informationsblatt ist. Es hat die größte Verbreitung und Reichweite, wenn man eine Anzeige schaltet. Mit dem Börsenblatt kann ich alle erreichen.“

„Die Verteilung der interessanten Themen und die Jahrzehnte lange Erfahrung ist einfach wichtig.“

Wenn's mal schnell gehen muss: Sofortmaßnahmen funktionieren.

Anzeigen zu nicht-angekündigten Titeln helfen dem Buchhändler ... 2015 stimme zu

... Relevantes wahrzunehmen		72 %
... und sind mit die wichtigsten Buchanzeigen überhaupt		66 %

Anzeigen zu Top-Titeln oder Bestsellern helfen dem Buchhändler ... 2015 stimme zu

... Schaufensterthemen zu finden		39 %
... die angemessene Präsentationsform zu finden (z. B. Top-Positionierung im Laden)		35 %

Nur Buchhandlungen, Mehrfachnennungen möglich

Kommentare der Befragten:

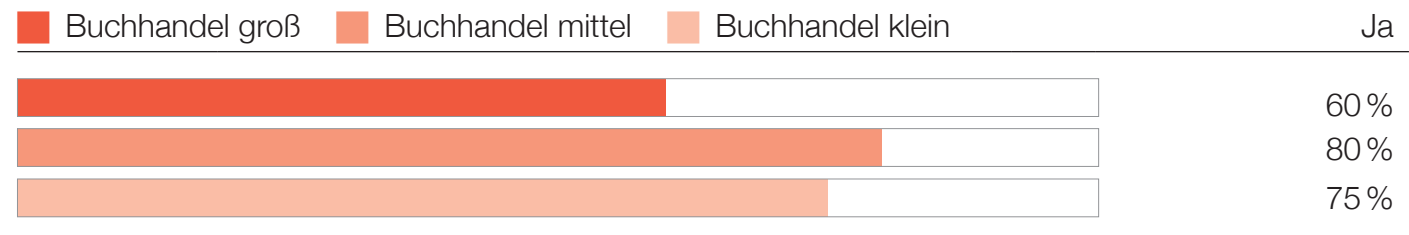
„Neuheiten werden geballt vorgestellt.“

„Große Anzeigen der Verlage kann ich zur Werbung nutzen.“

„Es ist die einzige Zeitschrift, die für den Buchhandel gemacht ist. Sie gibt Ideen für den Alltag und brancheninterne Nachrichten. Es ist ein Medium für Schnellschüsse.“

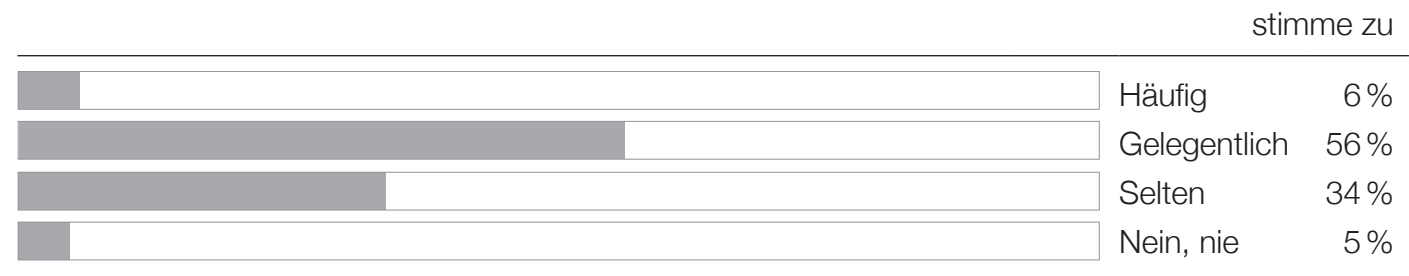
Das Börsenblatt: Aufmerksamkeit auch für unbekannte Titel und Verlage.

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



Nur Buchhandlungen

Haben Sie aufgrund dessen für Ihr Lager bestellt?



n = 171, nur Buchhandlungen

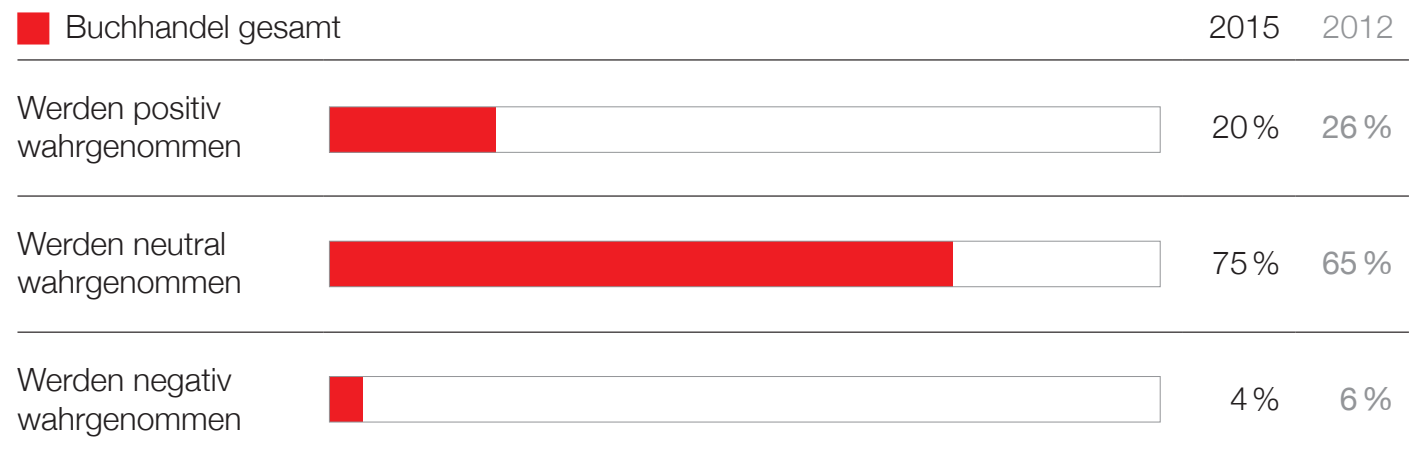
Kommentare der Befragten:

„Vor allem die beworbenen Bücher sind für Bestellungen interessant. Sehr gut sind auch die Meinungen der Buchhändler über die Bücher.“

„Informationen über Neuerscheinungen sind komprimiert zugänglich, besonders Schnellschüsse.“

Buchhändler nehmen Anzeigen im redaktionellen Teil positiv wahr.

Wahrnehmung der Werbung im redaktionellen Teil



Differenz zu 100%: keine Angabe

Der Medienwechsel funktioniert.

Nutzung von Verweisen im Heft auf weiterführende Texte auf boersenblatt.net

	Buchhandel gesamt	Buchhandel gesamt 2012	Verlage gesamt	Verlage gesamt 2012
Fortführung schon genutzt	45 %	35 %	44 %	30 %
Fortführung noch nicht genutzt	55 %	54 %	56 %	68 %
Sagt mir nichts	0 %	12 %	0 %	3 %

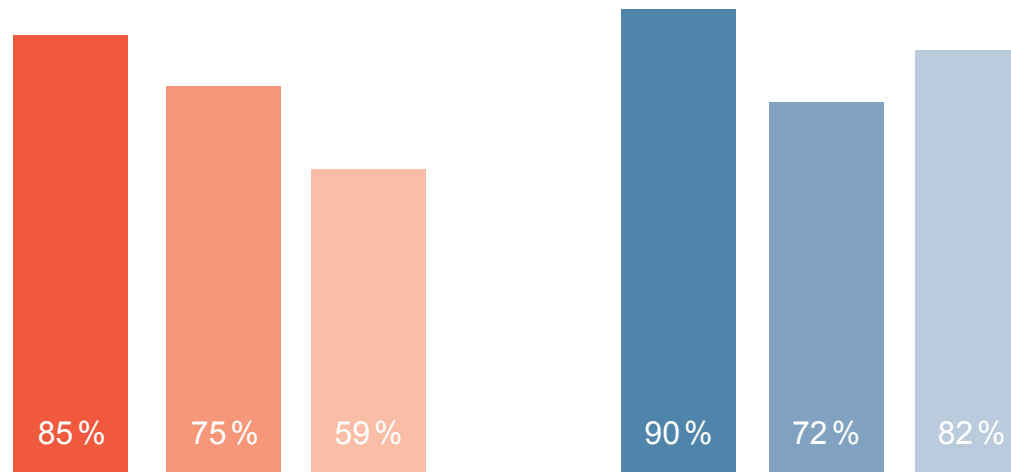
n = 152, Befragte, die boersenblatt.net besuchen

Crossmedial genutzt: Print-Leser sind auch online unterwegs.

boersenblatt.net ist aktuell und ergänzt das Magazin als Informationsportal

- Buchhandel groß
- Buchhandel mittel
- Buchhandel klein

- Verlage groß
- Verlage mittel
- Verlage klein



Note 1 und 2 einer 6-stufigen Skala (1 = trifft voll und ganz zu); n = 152, Befragte, die boersenblatt.net besuchen

Das Börsenblatt auf einen Blick

Maximale Reichweite

- 5,8** ... Leser im Durchschnitt je Exemplar
- 88 %** ... der Buchhandlungen lesen jede bzw. fast jede Ausgabe
- 91 %** ... der Verlage lesen jede bzw. fast jede Ausgabe

Maximale Nutzung

- 32 %** ... höhere Lesedauer im Buchhandel im Vergleich zu Verlagen
- 50 %** ... höhere Lesehäufigkeit im Buchhandel im Vergleich zu Verlagen

Maximale Werbewirkung

- 76 %** ... der Buchhändler haben durch eine Börsenblatt-Anzeige unbekannte Titel oder Verlage kennengelernt
- 72 %** ... der Buchhändler finden Börsenblatt-Anzeigen hilfreich bei der Wahrnehmung nicht-angekündigter Titel

Kontakt

MVB

Marketing- und Verlagsservice
des Buchhandels GmbH

Braubachstraße 16
60311 Frankfurt am Main

Tel.: +49 69 1306-220

Fax: +49 69 1306-209

anzeigen@mvb-online.de

www.boersenblatt.net/mediadaten