

# Der Markt der Billigbücher

Ergebnisse der GfK-Studie 2006

Börsenverein des Deutschen Buchhandels





1. Kurzüberblick Buch- und Belletristikmarkt
2. Bedeutung der Sammeleditionen im Belletristikmarkt 2005
3. Billigeditionen – Auswirkungen auf das Taschenbuch?
4. Sammeleditionen – Auswirkungen auf das Kaufverhalten?

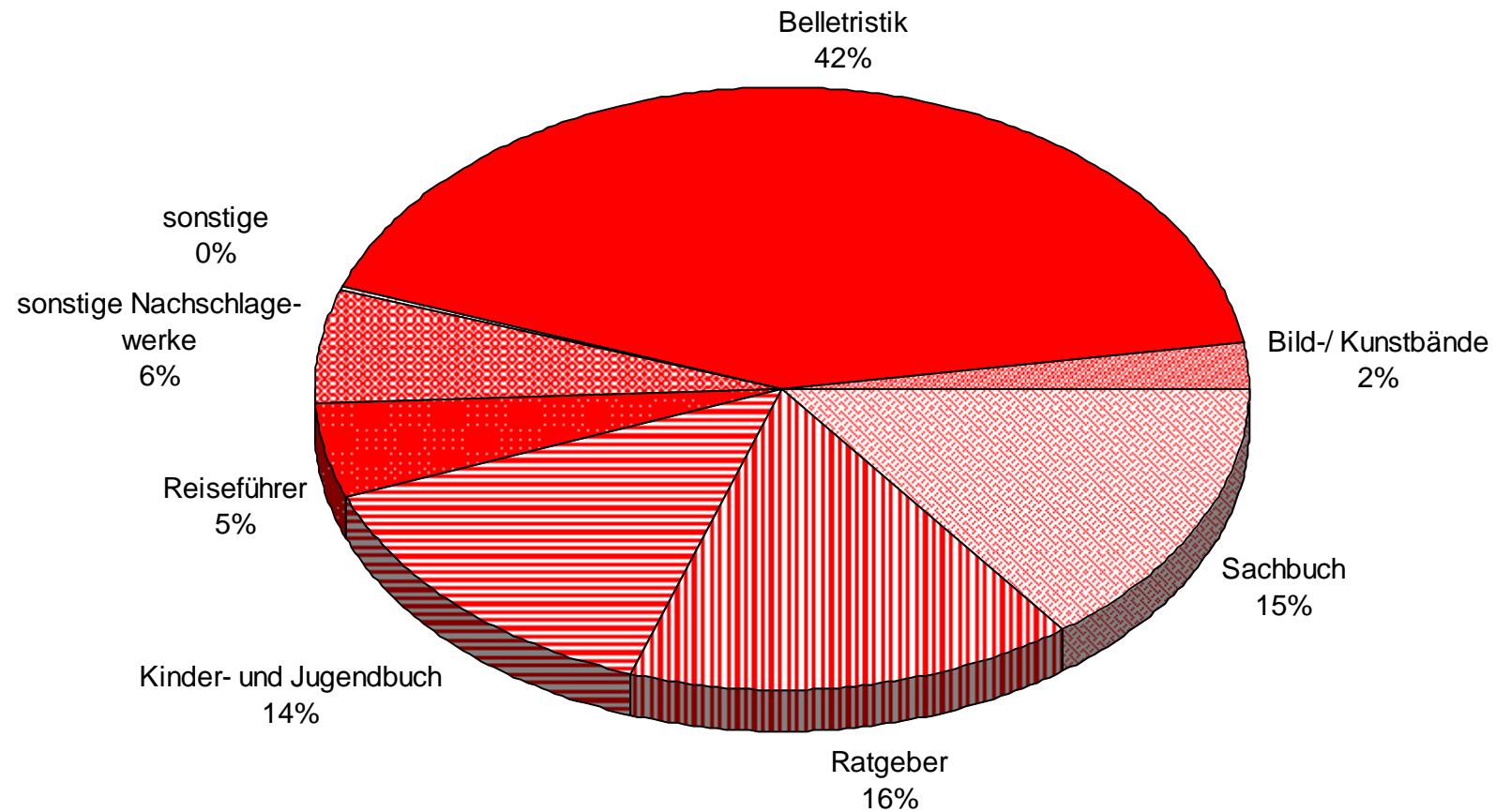


# 1. Kurzüberblick Buch- und Belletristikmarkt

# Buchmarkt 2005



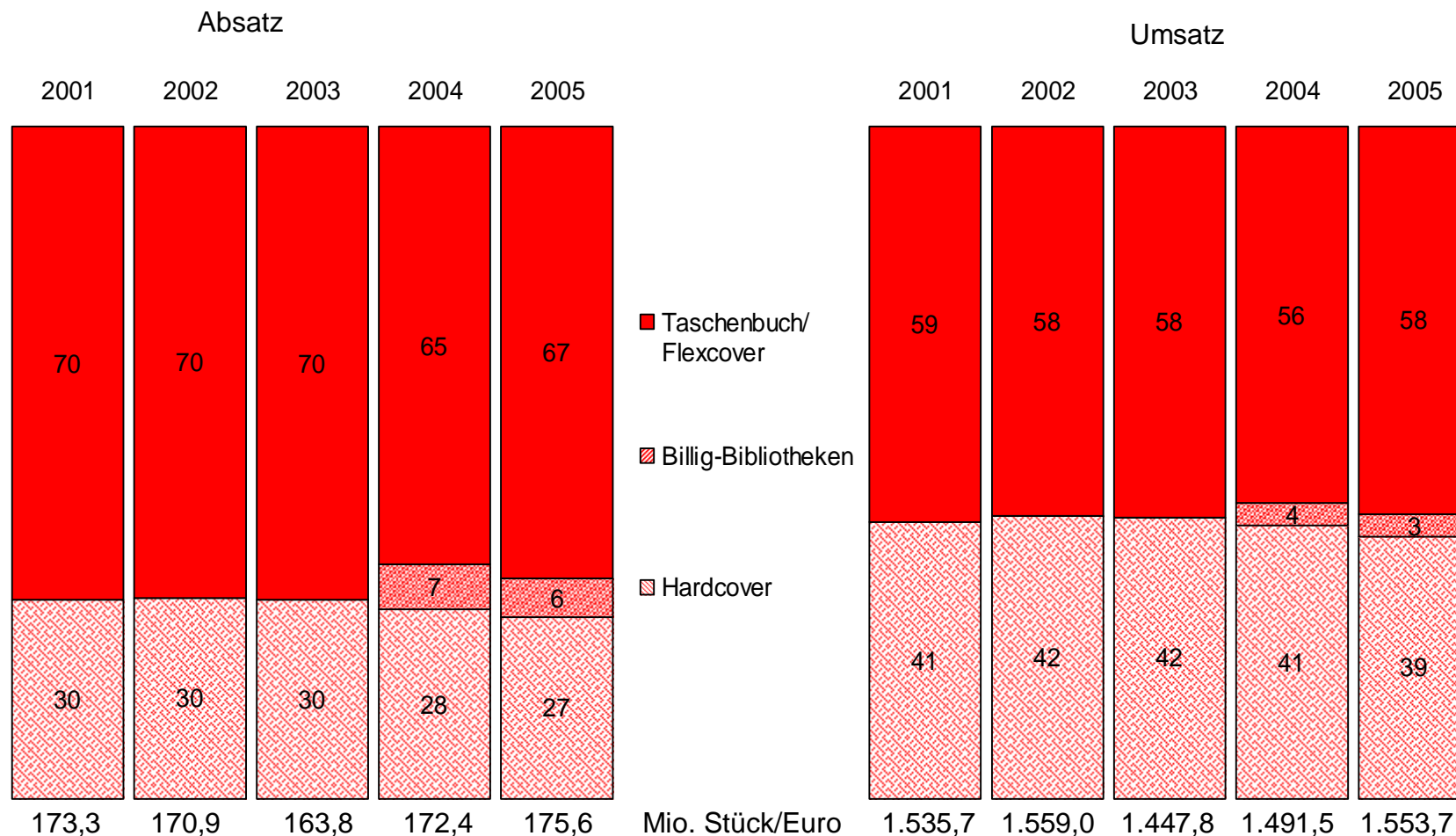
**Buchmarkt Gesamt Jahr 2005: 3,7 Mrd. Euro**



Basis: Umsatz

Quelle: GfK Buchmarkt Panel

# Entwicklung des Taschenbuchs im Belletristikmarkt



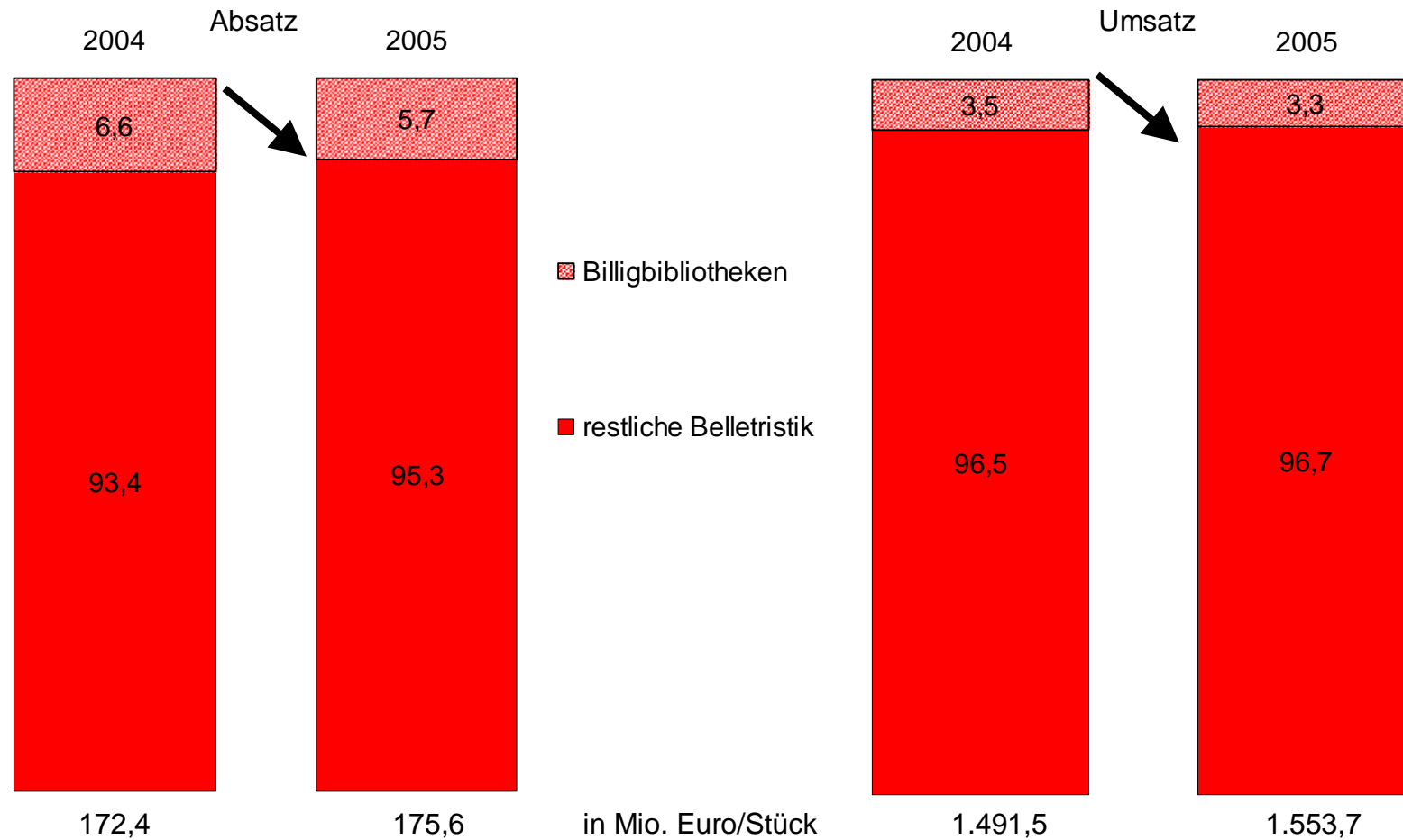
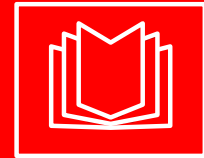
Basis: Belletristikmarkt, Anteile in %

Quelle: GfK Buchmarkt Panel

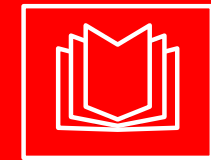


## 2. Bedeutung der Sammeleditionen im Belletristikmarkt 2005

# Bedeutung der Sammeleditionen im Belletristikmarkt



Basis: Belletristikmarkt, Umsatz und Absatz, Jahr 2004 und 2005



# Billigeditionen im Überblick 2004/2005

<u>Edition</u>	<u>Einzelpreis</u>	<u>Ab</u>	<u>Bis</u>
SZ- Bibliothek	4,90 €	März 2004	Feb. 2005
Bild-Bestseller- Bibliothek	4,99 €	Okt. 2004	März 2005
Bild-Comic- Bibliothek	4,99 €	Aug. 2005	Okt. 2005
Brigitte- Edition	10,00 €	Aug. 2005	Aug. 2006
FAZ Klassiker der Comic-Literatur	4,90 €	Sept. 2005	Jan. 2006

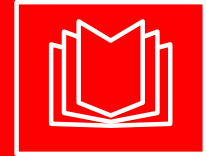


# Billigeditionen im Überblick 2004



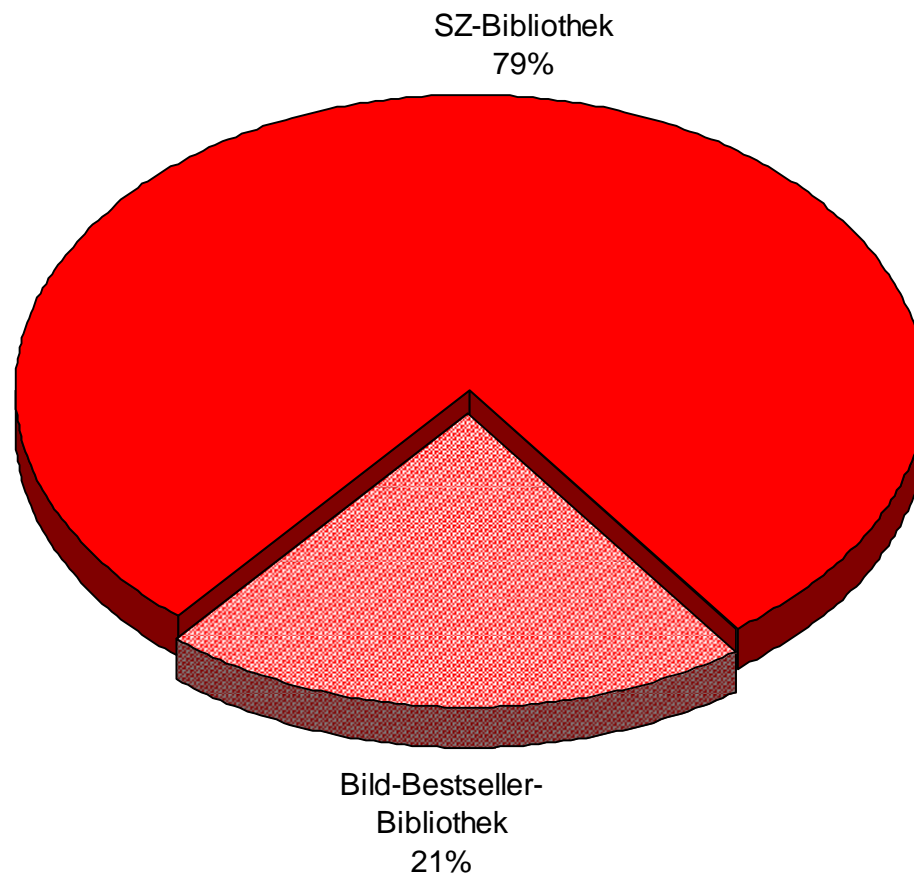
<u>Edition</u>	<u>Käufer</u> Reichweite Belletristik- käufer	<u>Menge</u> in Mio. Stück	<u>Wert</u> in Mio. Euro
SZ-Bibliothek	4,4%	9,2	40,7
Bild-Bestseller-Bibliothek	3,9%	2,4	12,0

# Billigeditionen im Überblick 2005



<u>Edition</u>	<u>Käufer</u> Reichweite Belletristikkäufer	<u>Menge</u> in Mio. Stück	<u>Wert</u> in Mio. Euro
SZ-Bibliothek	3,1%	3,7	17,0
Bild-Bestseller-Bibliothek	6,7%	3,7	19,0
Bild-Comic-Bibliothek	2,0%	1,8	8,6
FAZ Klassiker Comic	0,6%	0,6	2,9
Brigitte-Edition	0,6%	0,4	3,6
Stern Krimi Bibliothek	0,2%	0,1	0,8

# Marktanteil der Billigbibliotheken



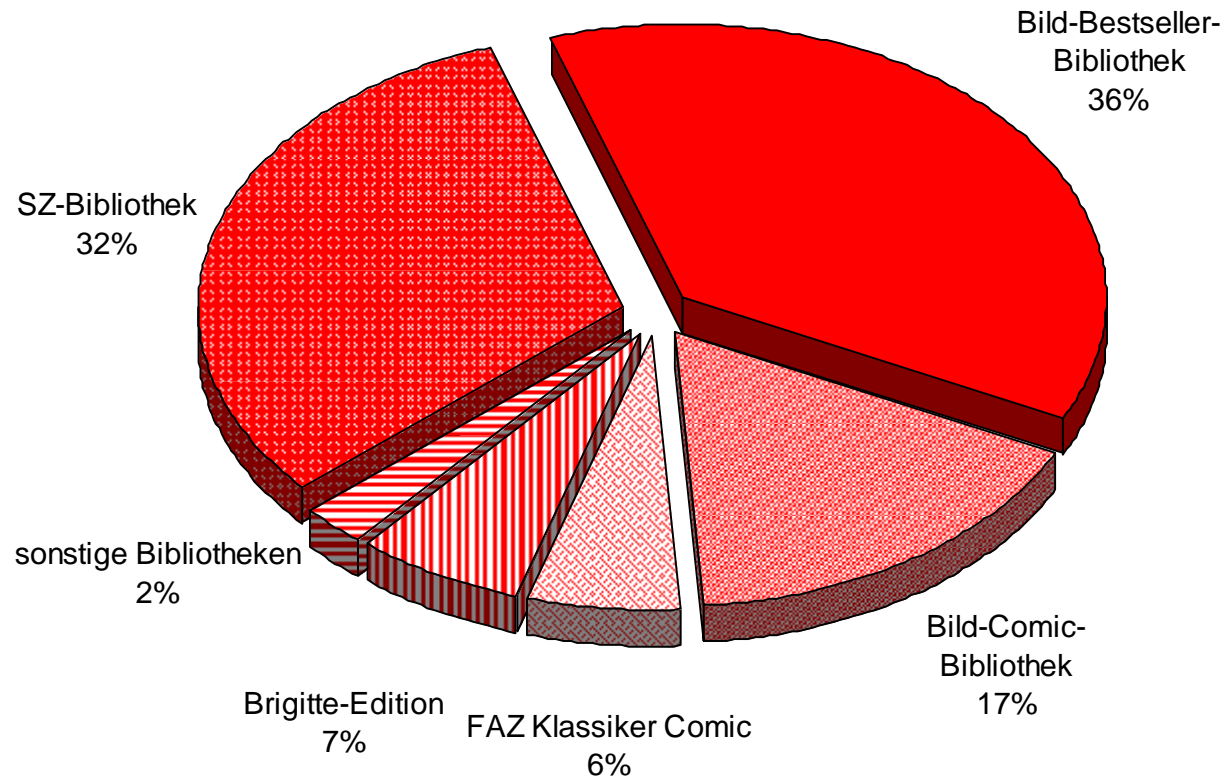
Basis: Billigbuch-Editionen, Absatz, Jahr 2004

Seite 11

Börsenverein des Deutschen Buchhandels e. V.

Referat Marketing und Marktforschung / Verleger-Ausschuss

# Marktanteil der Billigbibliotheken



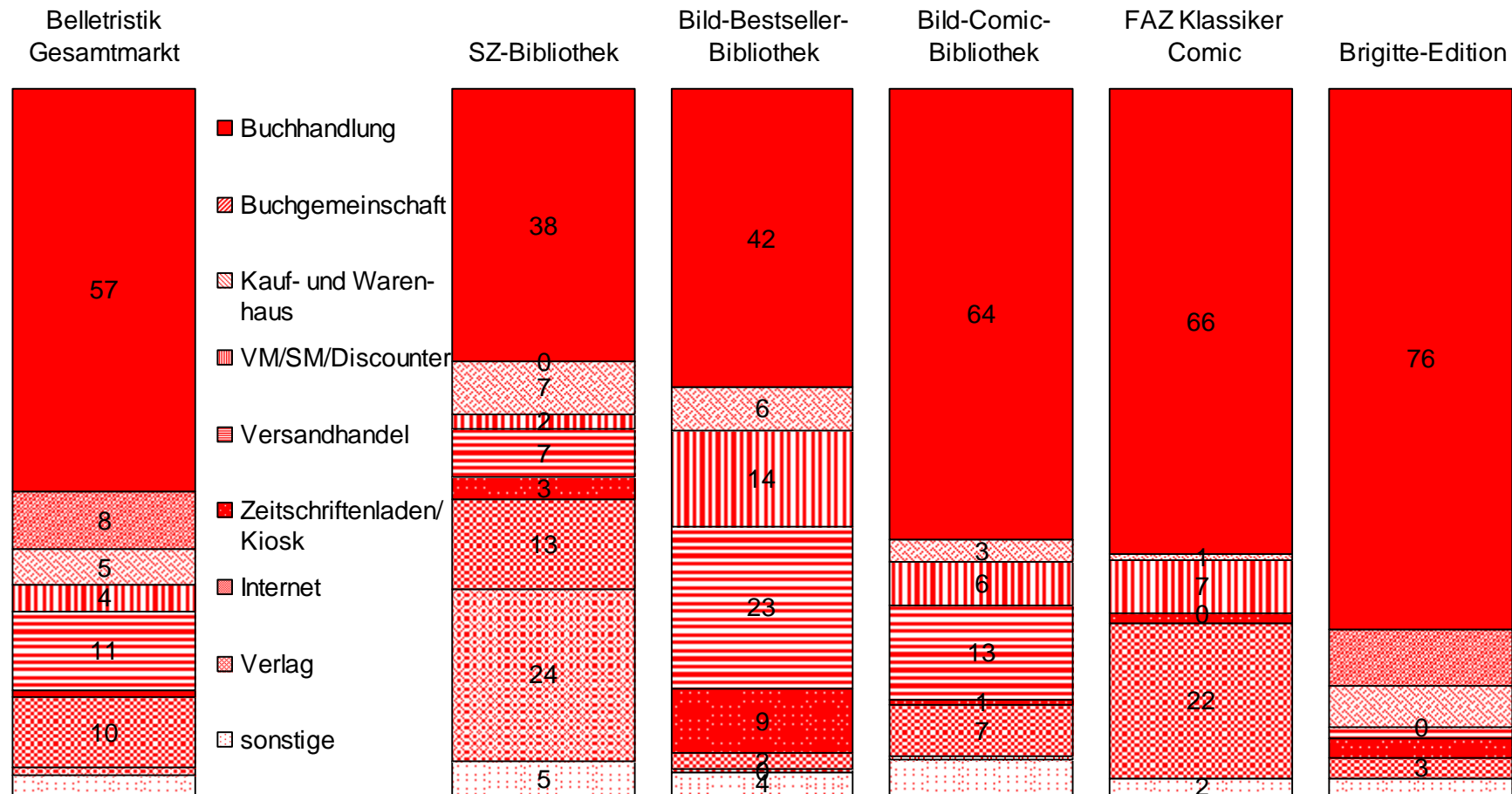
Basis: Billigbuch-Editionen, Absatz, Jahr 2005

Seite 12

Börsenverein des Deutschen Buchhandels e. V.

Referat Marketing und Marktforschung / Verleger-Ausschuss

# Wo werden die Sammeledition gern gekauft?



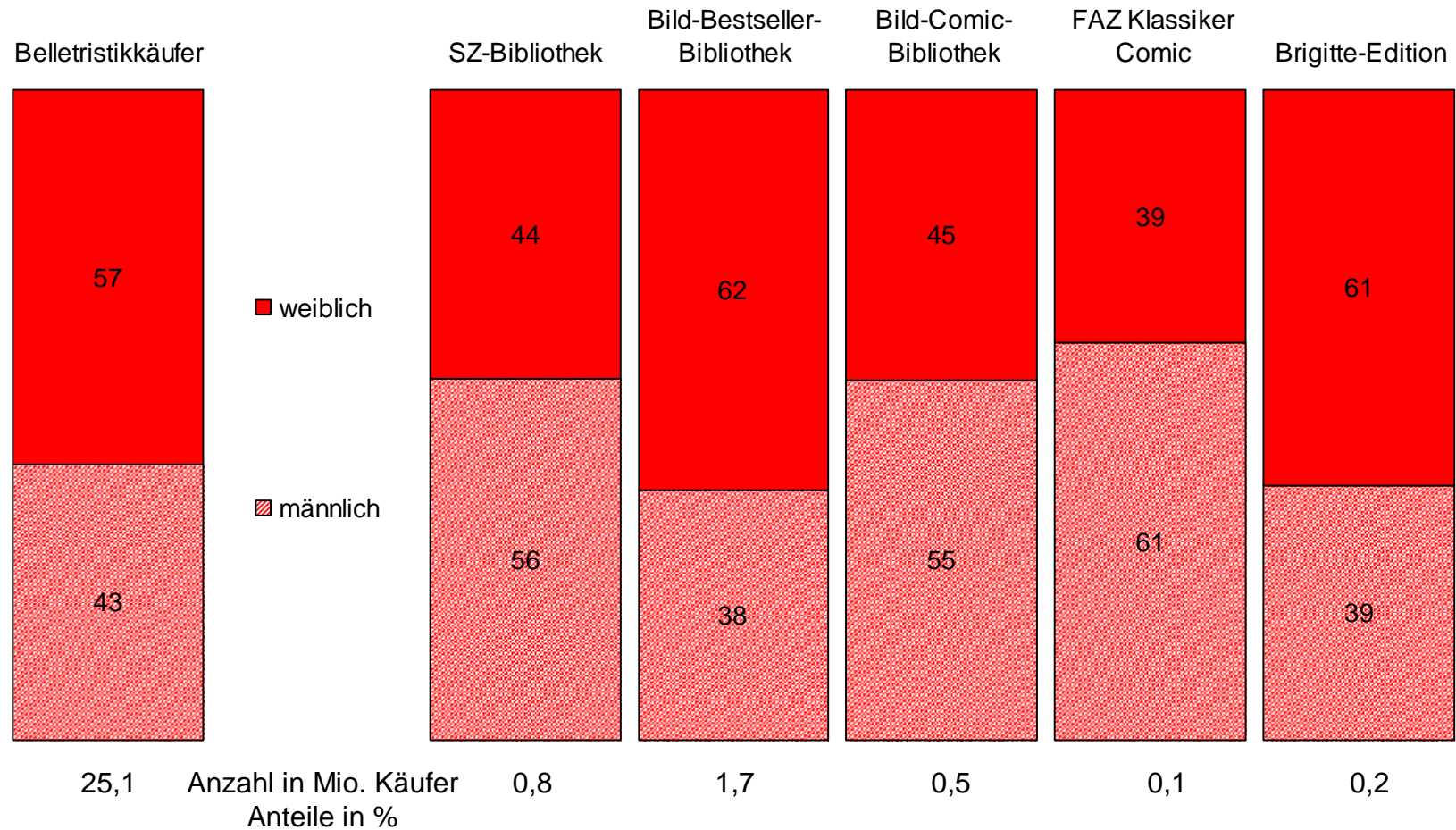
Basis: Belletristikmarkt, Umsatz Jahr 2005

Seite 13

Börsenverein des Deutschen Buchhandels e. V.

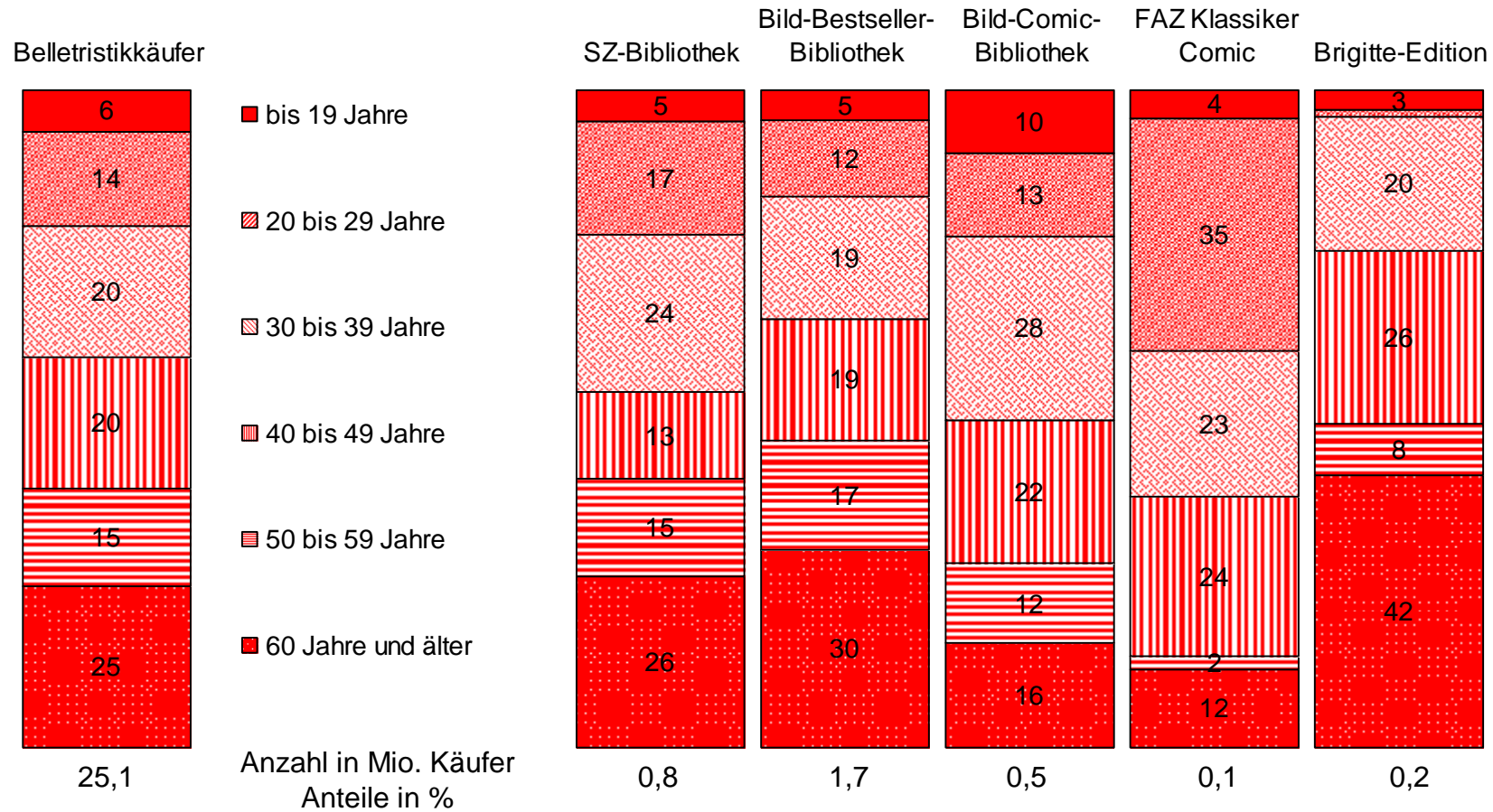
Referat Marketing und Marktforschung / Verleger-Ausschuss

# Käufergeschlecht



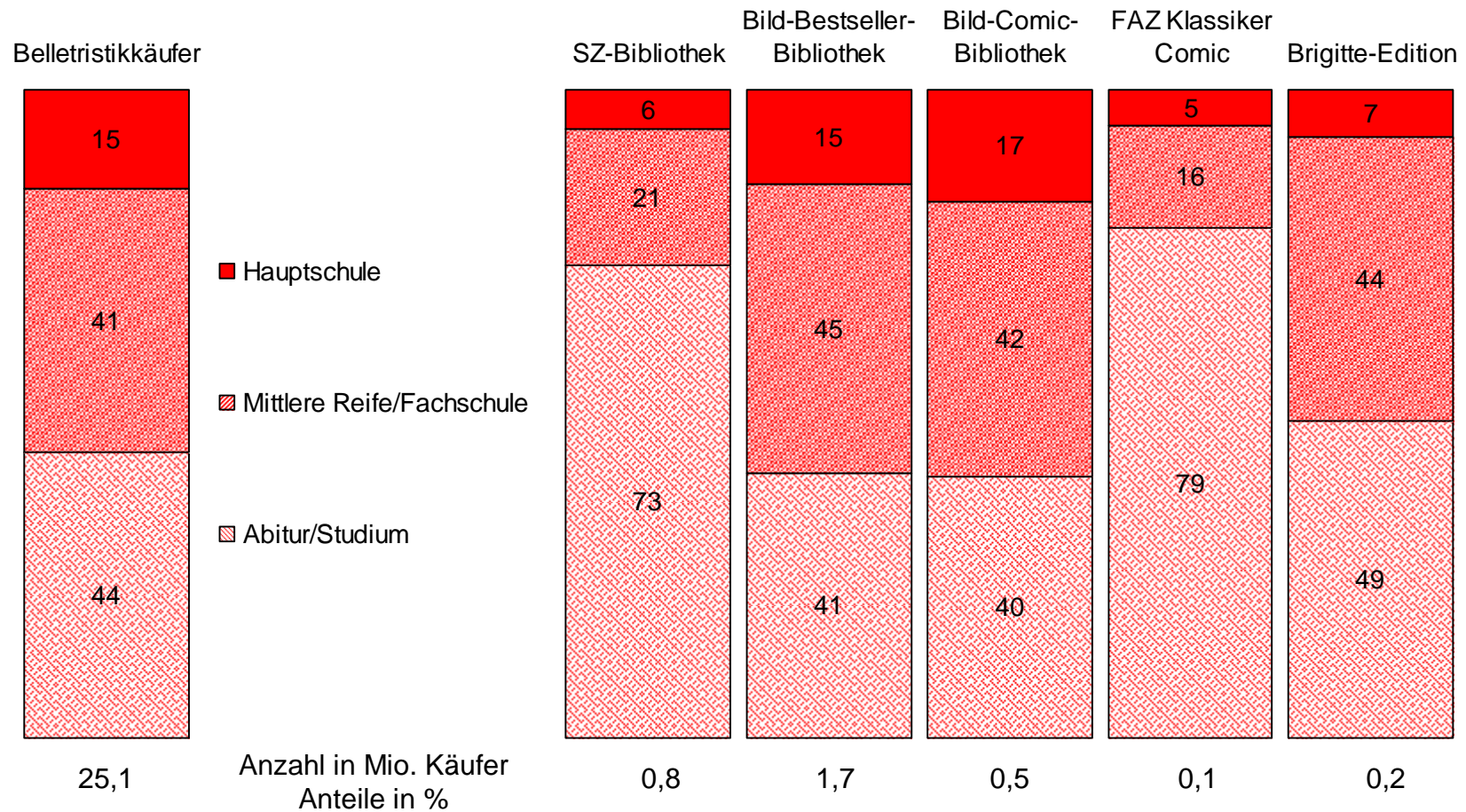
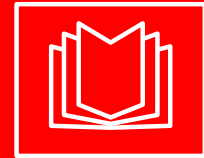
Basis: Belletristikmarkt, 2005, Anzahl der Käufer in Mio.

# Käuferalter



Basis: Belletristikmarkt, 2005, Anzahl der Käufer in Mio.

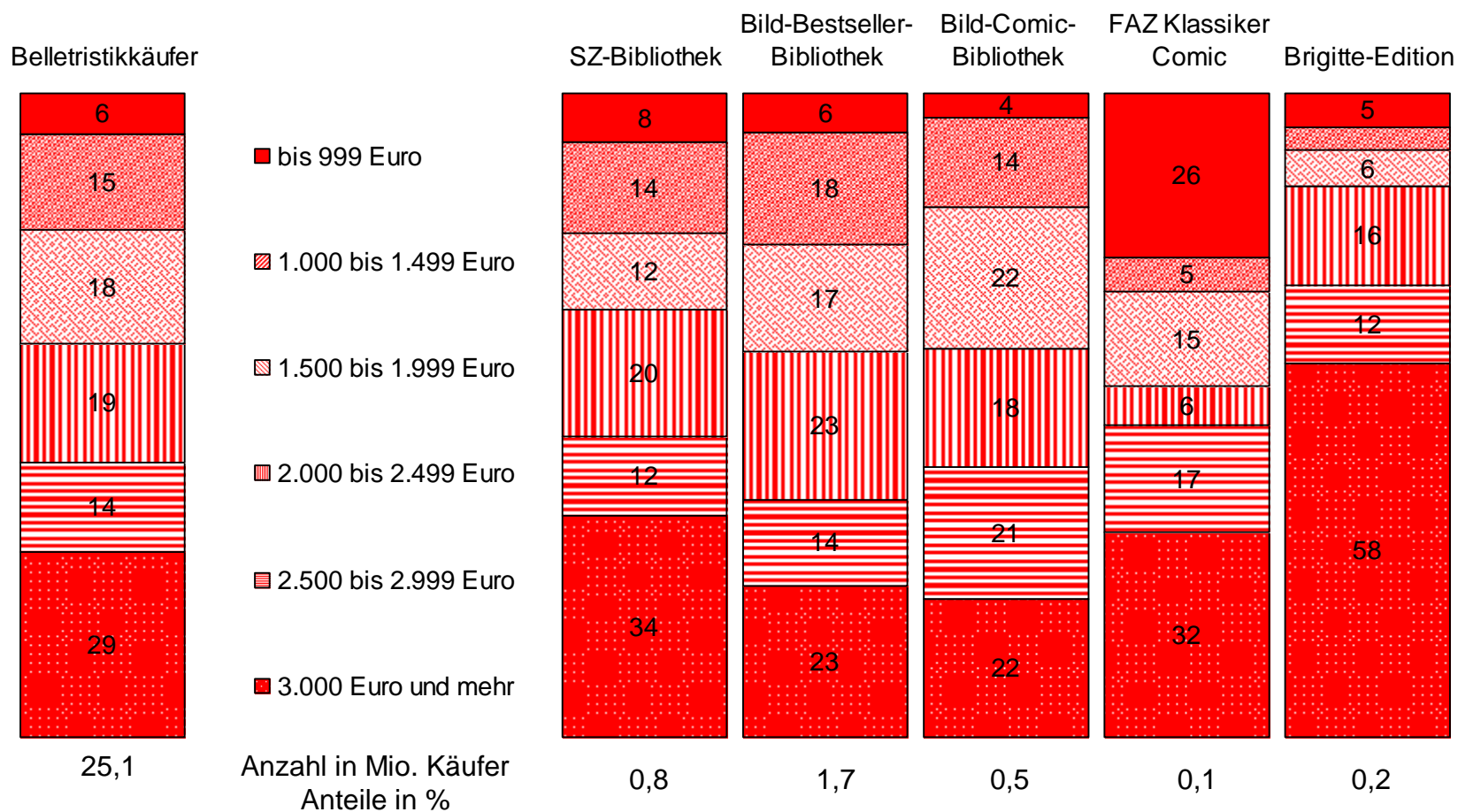
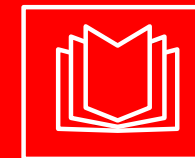
# Schulabschluss



Basis: Belletristikmarkt, 2005, Anzahl der Käufer in Mio.



# HH-Nettoeinkommen



Basis: Belletristikmarkt, 2005, Anzahl der Käufer in Mio.



- n Die Billig-Editionen hatten im Jahr 2004 einen Anteil von 3,5 Prozent und 2005 einen Anteil von 3,3 Prozent am Umsatz im Belletristikmarkt. Die im Jahr 2004 gestarteten Billig-Editionen der Süddeutschen Zeitung und der Bild-Zeitung verkauften im gleichen Jahr 11,4 Mio. Exemplare.

Obwohl im Jahr 2005 weitere Billig-Editionen angeboten wurden, konnten diese insgesamt nur 10,0 Mio. Bücher absetzen. Der **Markt** ist also **nicht gewachsen, sondern verteilt sich in 2005 auf mehr Marktteilnehmer**. Auch im Jahr 2005 waren SZ- und Bildbibliothek mit 32 bzw. 37 Prozent Marktanteil am Markt für Billigbuch-Editionen die erfolgreichsten Billigeditionen.

Ä Scheinbar können nachfolgende Sammeleditionen nur in kleineren Märkten und bei speziellen Zielgruppen erfolgreich sein.



### 3. Billigeditionen – Auswirkungen auf das Taschenbuch?



## **n Zielsetzung:**

Analyse und Darstellung der quantitativen Gewinne und Verluste der betrachteten Produkte innerhalb von zwei gleich langen, überschneidungsfreien Zeiträumen

## **n Methodik:**

1. Analyse jedes einzelnen Panelteilnehmers bzw. Käufers
2. Aggregation der Ergebnisse der einzelnen Teilnehmer

# Gain & Loss Analyse: Zielsetzung und Methodik



Die Gain and Loss Analyse erlaubt eine **genaue Zerlegung und Quantifizierung der Umsätze nach einzelnen Komponenten sowie der Wanderungsbewegungen zwischen Produkten**. Dabei wird für jeden Panelteilnehmer das Kaufverhalten in 2 aufeinander folgenden Perioden verglichen. Je Person werden dabei folgende Key Facts ausgewertet:

## **„Wiederkauf“**

Welcher Anteil der Ausgaben in Periode 2 beruht auf dem Wiederkauf des Panelteilnehmers (Maß für die „Treue“ zu dem Geschäft)?

## **„Mehrkauf“/Intensivierung**

Welcher Anteil der Ausgaben in Periode 2 beruht darauf, dass der Panelteilnehmer mehr für das jeweilige Produkt ausgibt (ohne Gewinne)

## **„Minderkauf“/Extensivierung**

Welcher Anteil der Ausgaben in Periode 1 beruht darauf, dass der Panelteilnehmer weniger für das jeweilige Produkt in Periode 2 ausgibt (ohne Verluste)

## **„Gewinne von anderen Produkten“**

Welcher Anteil der Ausgaben in Periode 2 beruht auf Gewinnen von anderen Produkten?

## **„Verluste an andere Produkte“**

Welcher Anteil der Ausgaben in Periode 1 beruht auf Verluste an andere Produkte in Periode 2?

# Gain and Loss Analyse 2003/2004 Taschenbuch



Wie hat sich das Einkaufsverhalten der Billig-Bibliothekskäufer in Bezug auf Taschenbücher verändert?

	<u>(Vergleichs-)Jahr</u> <u>2003</u>	<u>2004</u>	<u>Saldo</u>
Wiederkauf*	5,0 Mio. €	5,0 Mio. €	-
Minder-/ Mehrkauf**	1,2 Mio. €	5,0 Mio. €	<b>+3,8 Mio. €</b>
Gewinne/ Verluste von/ an andere Formate***	4,3 Mio. €	2,1 Mio. €	<b>-2,2 Mio. €</b>
<b>Ausgaben in Mio. €</b>	<b>10,5 Mio. €</b>	<b>12,1 Mio. €</b>	<b>+1,6 Mio. €</b>

\* 5,0 Mio. € des Gesamtumsatzes, also 41% des Umsatzes 2004 basieren auf dem „Wiederkauf“ eines Taschenbuches.

\*\* 3,8 Mio. € hat das Taschenbuch dadurch gewonnen, dass die Käufer mehr für Bücher ausgegeben haben. (Geld, das vorher nicht im Buchmarkt war, sondern für anderes ausgegeben wurde.)

\*\*\* 2,2 Mio. € wurden per Saldo an Hardcover-Bücher verloren.

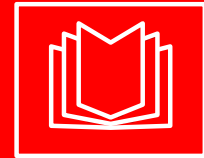
Basis: SZ-/Bild-Bibliothekskäufer, Ausgaben in Mio. Euro

Seite 22

Börsenverein des Deutschen Buchhandels e. V.

Referat Marketing und Marktforschung / Verleger-Ausschuss

# Gain and Loss Analyse 2003/2004 Hardcover



Wie hat sich das Einkaufsverhalten der Billig-Bibliothekskäufer in Bezug auf Hardcover verändert?

	<u>(Vergleichs-)</u> <u>Jahr 2003</u>	<u>2004</u>	<u>Saldo</u>
Wiederkauf*	2,9 Mio. €	2,9 Mio. €	-
Minder-/ Mehrkauf**	0,7 Mio. €	10,5 Mio. €	<b>+9,8 Mio. €</b>
Gewinne/ Verluste von/ an andere Formate***	2,1 Mio. €	4,3 Mio. €	<b>+2,2 Mio. €</b>
<b>Ausgaben in Mio. €</b>	<b>5,7 Mio. €</b>	<b>17,7 Mio. €</b>	<b>+12,0 Mio. €</b>

\* 2,9 Mio. € des Gesamtumsatzes, also 16% des Umsatzes 2004 basieren auf dem „Wiederkauf“ eines Hardcover-Buches.

\*\* 9,8 Mio. € hat das Hardcover dadurch gewonnen, dass die Käufer mehr für Bücher ausgegeben haben. (Geld, das vorher nicht im Buchmarkt war, sondern für anderes ausgegeben wurde.)

\*\*\* 2,2 Mio. € wurden per Saldo von Taschenbüchern gewonnen.

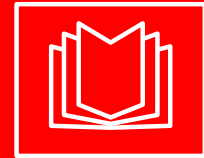
Basis: SZ-/Bild-Bibliothekskäufer, Ausgaben in Mio. Euro

Seite 23

Börsenverein des Deutschen Buchhandels e. V.

Referat Marketing und Marktforschung / Verleger-Ausschuss

# Gain and Loss Analyse 2004/2005 Taschenbuch



Wie hat sich das Einkaufsverhalten der Billig-Bibliothekskäufer in Bezug auf Taschenbücher verändert?

	<u>(Vergleichs-)Jahr 2004</u>	<u>2005</u>	<u>Saldo</u>
Wiederkauf*	7,1 Mio. €	7,1 Mio. €	-
Minder-/ Mehrkauf**	3,2 Mio. €	5,4 Mio. €	+ 2,3 Mio. €
Gewinne/ Verluste von/ an andere Formate***	5,2 Mio. €	5,0 Mio. €	- 0,2 Mio. €
<b>Ausgaben in Mio. €</b>	<b>15,5 Mio. €</b>	<b>17,6 Mio. €</b>	<b>+ 2,1 Mio. €</b>

- \* 7,1 Mio. € des Gesamtumsatzes, also 56% des Taschenbuchumsatzes 2005 basieren auf dem „Wiederkauf“ eines Taschenbuches.
- \*\* 2,3 Mio. € hat das Taschenbuch dadurch gewonnen, dass die Käufer mehr für Taschenbücher ausgegeben haben. (Geld, das vorher nicht im Buchmarkt war, sondern für anderes ausgegeben wurde)
- \*\*\* 0,2 Mio. € wurden per Saldo an Hardcover-Bücher verloren.

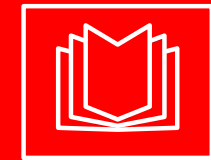
Basis: Billig-Bibliothekskäufer, Ausgaben in Mio. Euro

Seite 24

Börsenverein des Deutschen Buchhandels e. V.

Referat Marketing und Marktforschung / Verleger-Ausschuss





# Gain and Loss Analyse 2004/2005 Hardcover

Wie hat sich das Einkaufsverhalten der Billig-Bibliothekskäufer in Bezug auf Hardcover verändert?

	<u>Jahr 2004</u>	<u>Jahr 2005</u>	<u>Saldo</u>
Wiederkauf*	6,5 Mio. €	6,5 Mio. €	-
Minder-/ Mehrkauf**	6,4 Mio. €	6,4 Mio. €	± 0 €
Gewinne/ Verluste von/ an andere Formate***	5,0 Mio. €	5,2 Mio. €	+ 0,2 Mio. €
<b>Ausgaben in Mio. €</b>	<b>17,9 Mio. €</b>	<b>18,1 Mio. €</b>	<b>+ 0,2 Mio. €</b>

- \* 7,1 Mio. € des Gesamtumsatzes, also 56% des Taschenbuchumsatzes 2005 basieren auf dem „Wiederkauf“ eines Taschenbuches.
- \*\* 2,3 Mio. € hat das Taschenbuch dadurch gewonnen, dass die Käufer mehr für Taschenbücher ausgegeben haben. (Geld, das vorher nicht im Buchmarkt war, sondern für anderes ausgegeben wurde).
- \*\*\* 0,2 Mio. € wurden per Saldo an Hardcover-Bücher verloren.

Basis: Billigbuchkäufer, Ausgaben in Mio. Euro

Seite 25

Börsenverein des Deutschen Buchhandels e. V.

Referat Marketing und Marktforschung / Verleger-Ausschuss

## Verliert das Taschenbuch aufgrund der Billigeditionen? Betrachtung 2003 im Vergleich zu 2004



- n Die SZ- und Bild-Bibliothekskäufer haben im Jahr 2004 12,1 Mio. Euro für Taschenbücher ausgegeben. Im Vorjahreszeitraum waren es dagegen nur 10,5 Mio. Euro, d.h. das Taschenbuch setzte in dieser Käuferschicht 1,6 Mio. Euro mehr um als noch 2003. Das Umsatzplus kommt vor allem durch eine Intensivierung der SZ- und Bild-Bibliothekskäufer zustande, d.h. diese Käufer haben insgesamt mehr Geld (3,8 Mio. Euro) für Bücher ausgegeben. Dadurch konnte das Taschenbuch den Verlust von 2,2 Mio. Euro an das Hardcover überkompensieren.
- n Das Hardcover konnte im Jahr 2004 12,0 Mio. Euro mehr Umsatz erzielen als noch im Vergleichszeitraum 2003. Zum einen gaben die SZ- und Bild-Bibliothekskäufer im Jahr 2004 2,2 Mio. Euro für Hardcover aus, die sie im Jahr 2003 noch für Taschenbücher verwendet hatten. Auf der anderen Seite haben diese Käufer mehr Geld für Bücher, d.h. 9,8 Mio. Euro für Hardcover ausgegeben.

## Verliert das Taschenbuch aufgrund der Billigeditionen? Betrachtung 2004 im Vergleich zu 2005

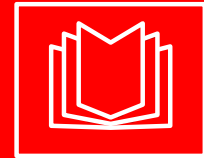


- n Auch im Jahr 2005 konnte das Taschenbuch bei den Billigeditionskäufern 2,1 Mio. Euro mehr umsetzen als noch 2004. Dieses Umsatzplus kommt vor allem aus den Mehrausgaben dieser Käufer für Taschenbücher insgesamt. Austauschbeziehung zwischen Taschenbuch und Hardcover fanden in den Vergleichzeiträumen mit nur 0,2 Mio. Euro relativ gering aus.
- n Der hohe Umsatzgewinn des Hardcover im Jahr 2004 setzte sich im Jahr 2005 nicht weiter fort. Die Käufer hielten die Ausgaben für das Hardcover stabil.
- n Fazit: Das Taschenbuch musste im Jahr 2004 Verluste an das Hardcover hinnehmen. Allerdings konnten die Verluste durch Mehrausgaben der Bibliothekskäufer für Bücher überkompensiert werden. Insofern haben die Editionen den Markt positiv beeinflusst, weil sie sowohl beim Hardcover als auch beim Taschenbuch zu Mehrkäufen animieren konnten.

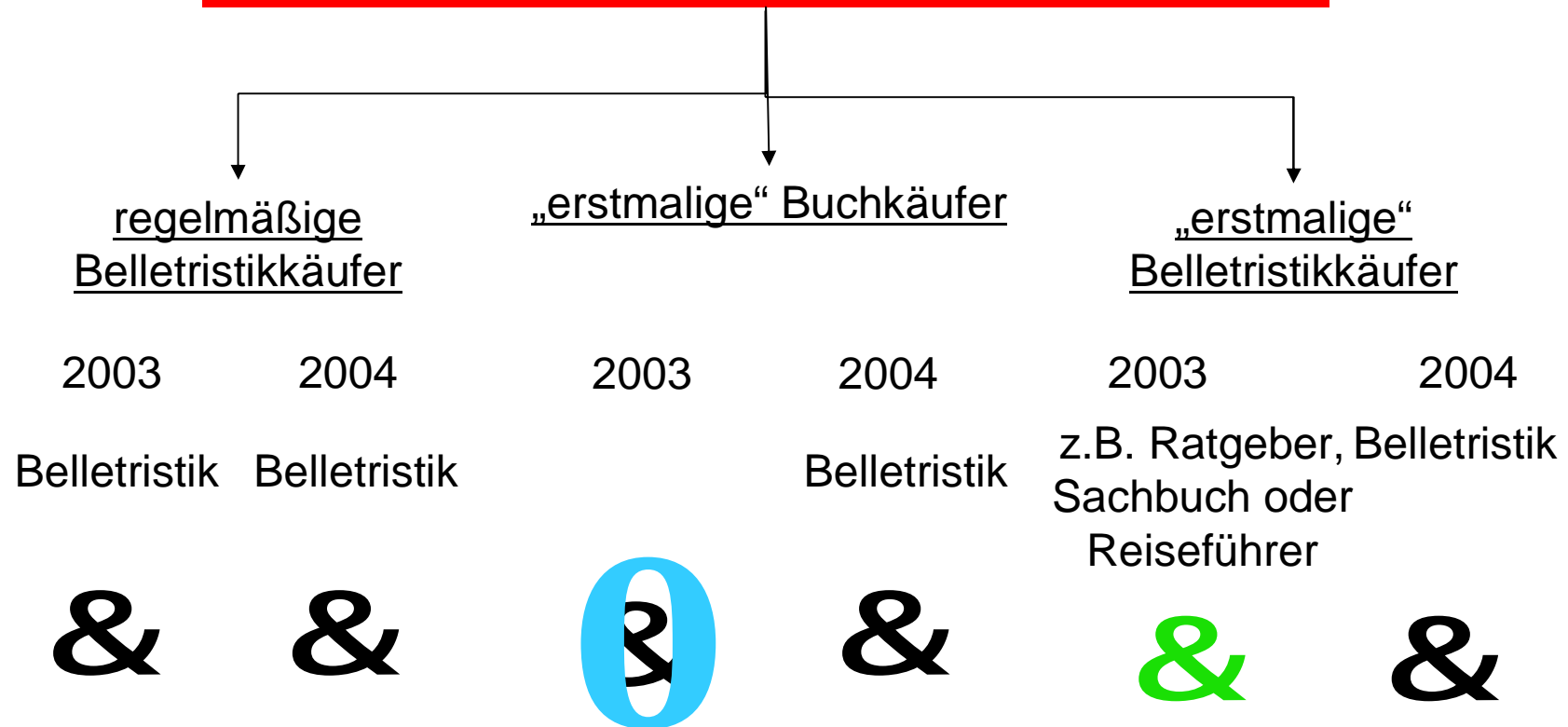


## 4. Sammeleditionen – Auswirkungen auf das Kaufverhalten?

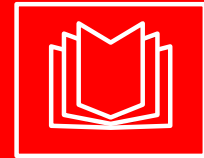
Analysemethode der Käufergruppen  
Was haben diese Käufer im Jahr 2005 gekauft?










Alle Käufer, die 2004 mindestens 1 Band der SZ-  
bzw. Bild-Bibliothek gekauft haben
















# Kennzahlen SZ-Bibliothekskäufer



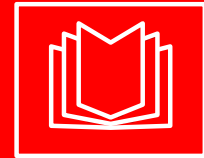
	regelmäßige Belletristikkäufer			„erstmalige“ Buchkäufer 2004		„erstmalige“ Belletristikkäufer 2004	
<u>Belletristik Gesamt</u>	2003	2004	2005	2004	2005	2004	2005
Ø Kaufintensität	16,5 	26,4 	20,0 	10,7 	3,2 	5,4 	5,0 
Ø Preis	9,24 €	8,34 €	9,25 €	6,44 €	6,01 €	6,04 €	9,04 €

## SZ-Bibliothek

Ø Kaufintensität	10,0 	3,6 	4,4 	1,6 	5,0 	3,0 	
Ø Preis in Euro	4,52 €	5,08 €	4,30 €	4,30 €	4,59 €	4,54 €	
<u>Restl. Belletristik</u>	16,5 	16,4 	16,4 	6,3 	1,6 	0,4 	2,0 
Ø Preis in Euro	9,24 €	10,67 €	9,56 €	7,94 €	6,55 €	16,23 €	13,81 €

Basis: Belletristikmarkt 2003, 2004, 2005

# Kennzahlen Bild-Bibliothekskäufer



	regelmäßige Belletristikkäufer			„erstmalige“ Buchkäufer 2004		„erstmalige“ Belletristikkäufer 2004	
<u>Belletristik Gesamt</u>	2003	2004	2005	2004	2005	2004	2005
Ø Kaufintensität	12,2 	13,4 	14,1 	3,3 	3,6 	4,7 	6,7 
Ø Preis	8,36 €	7,17 €	7,87 €	6,36 €	8,46 €	6,47 €	6,47 €

## Bild-Bibliothek

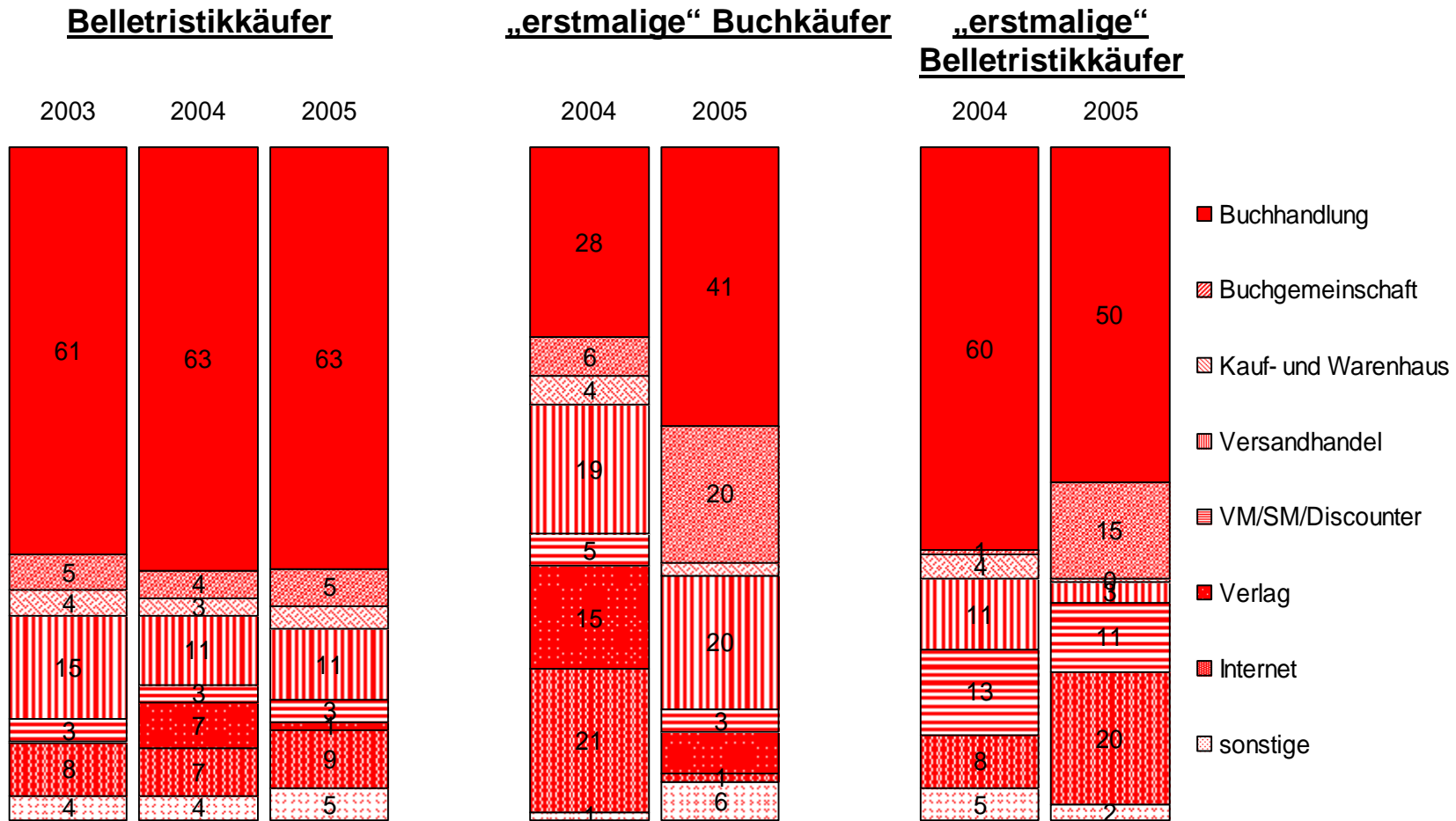
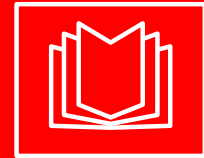
Ø Kaufintensität	2,5 	1,4 	2,0 	1,3 	1,7 	1,2 
Ø Preis in Euro	4,99 €	4,55 €	4,05 €	4,03 €	4,99 €	5,11 €

## Restl. Belletristik

Ø Kaufintensität	12,2 	10,9 	12,7 	1,3 	2,3 	3,3 	5,8 
Ø Preis in Euro	8,36 €	7,65 €	7,80 €	9,92 €	11,30 €	7,18 €	8,64 €

Basis: Belletristikmarkt 2003, 2004, 2005

# Die Belletristikkäufer haben ihr Verhalten kaum geändert



Basis: Belletristikmarkt, SZ-/Bild-Bibliothekskäufer, 2003, 2004, 2005, Umsatz

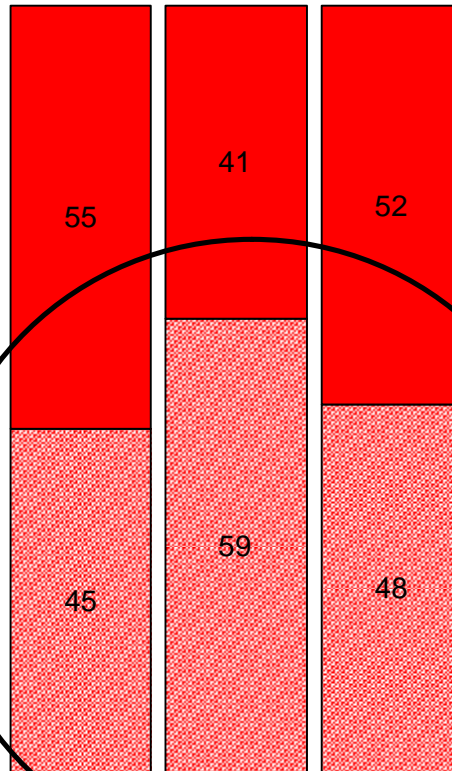


# Rückkehr zum Taschenbuch



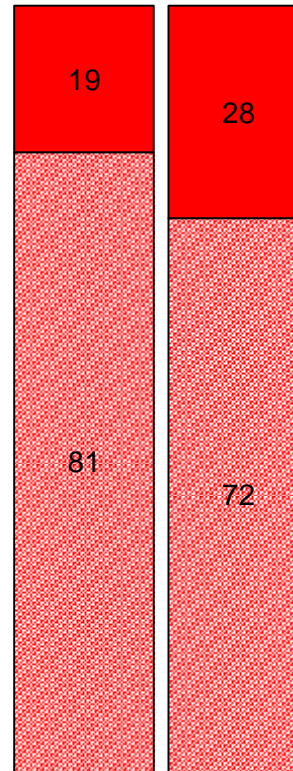
## Belletristikkäufer

2003 2004 2005



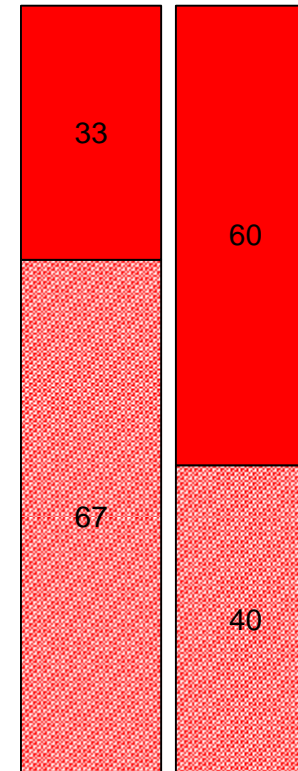
## „erstmalige“ Buchkäufer

2004 2005



## „erstmalige“ Belletristikkäufer

2004 2005

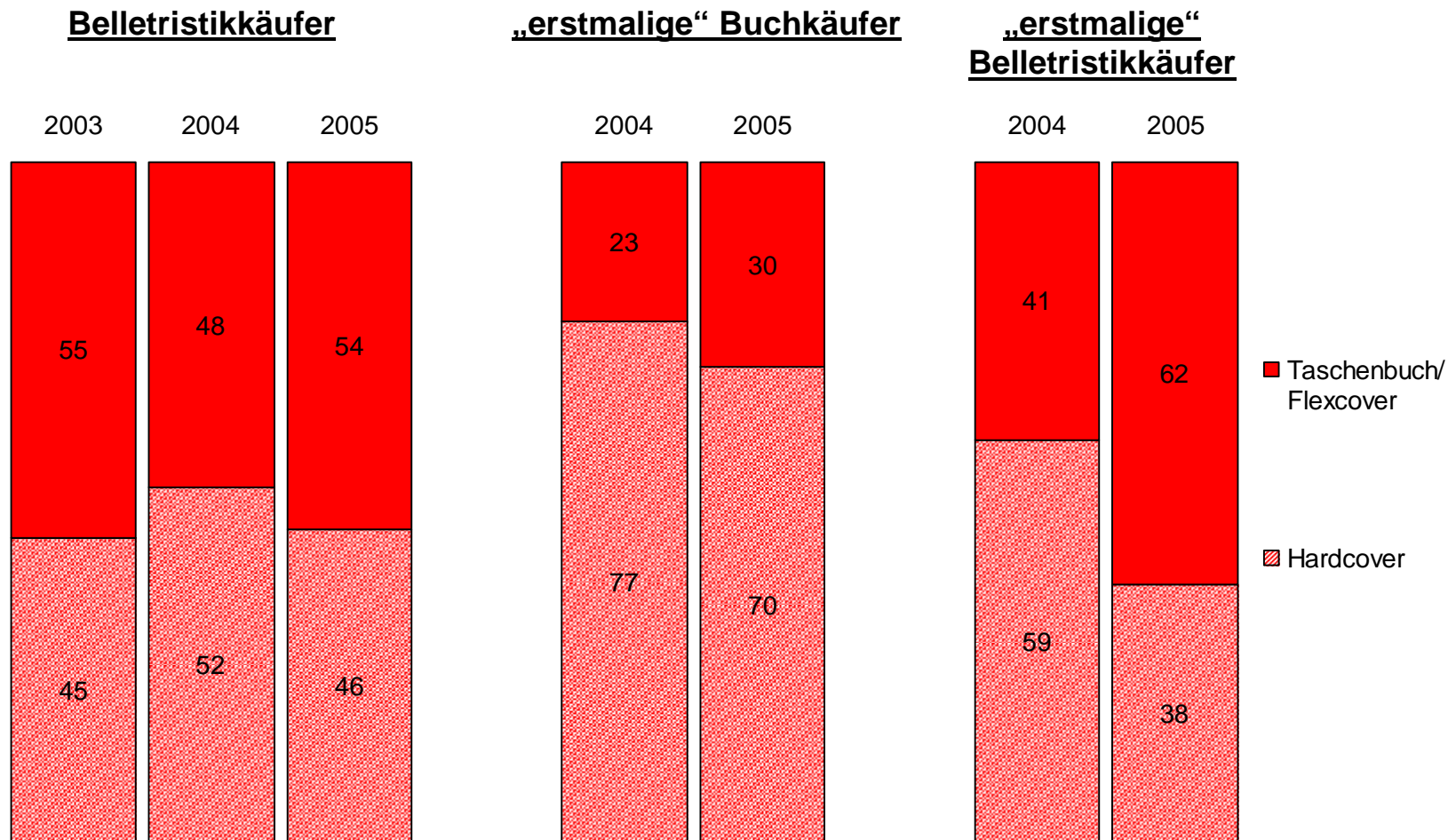


■ Taschenbuch/  
Flexcover

▨ Hardcover

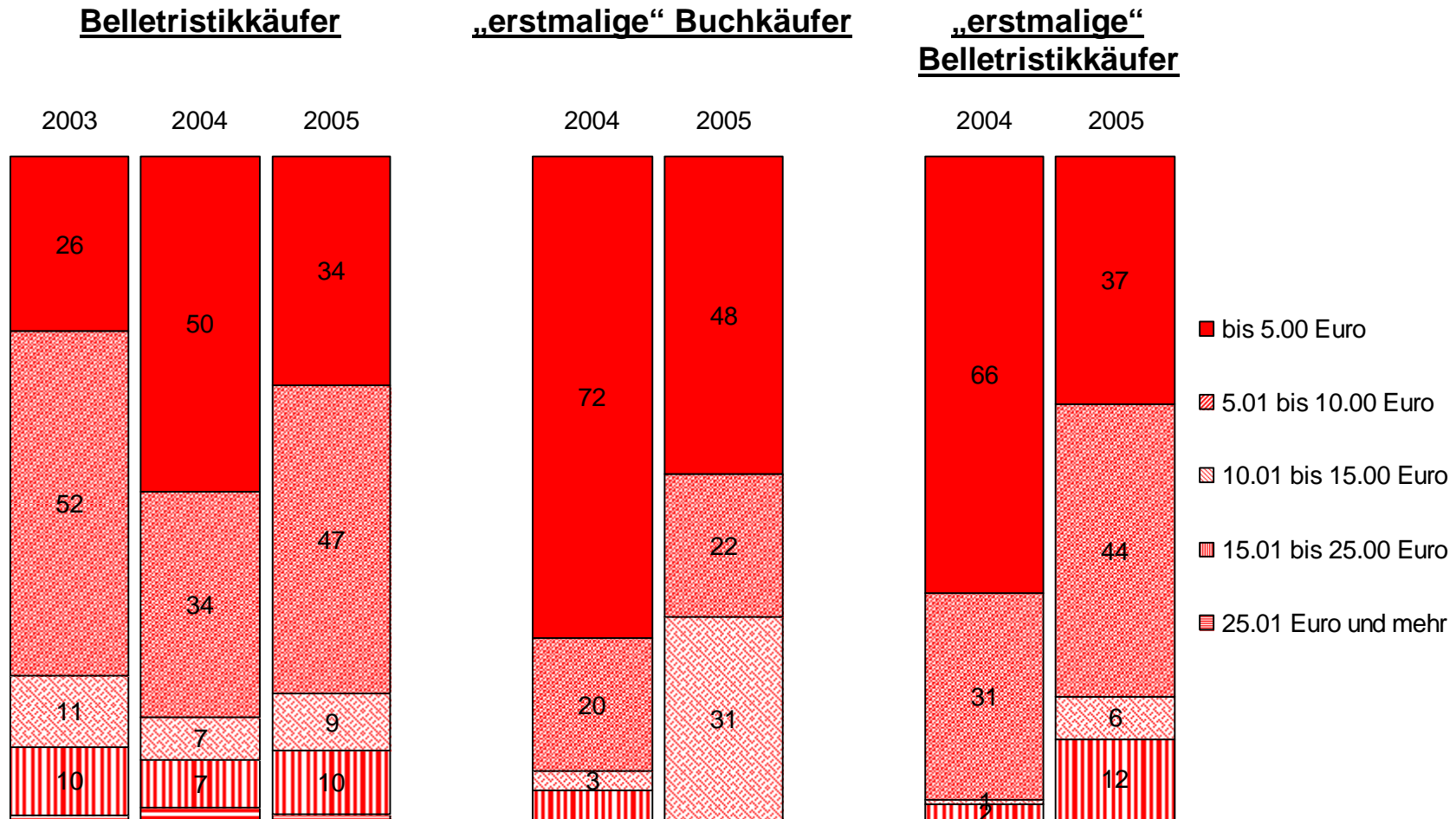
Basis: Belletristikmarkt, SZ-/Bild-Bibliothekskäufer, 2003, 2004, 2005, Umsatz

# „Erstmalige“ Buchkäufer kaufen lieber Hardcover



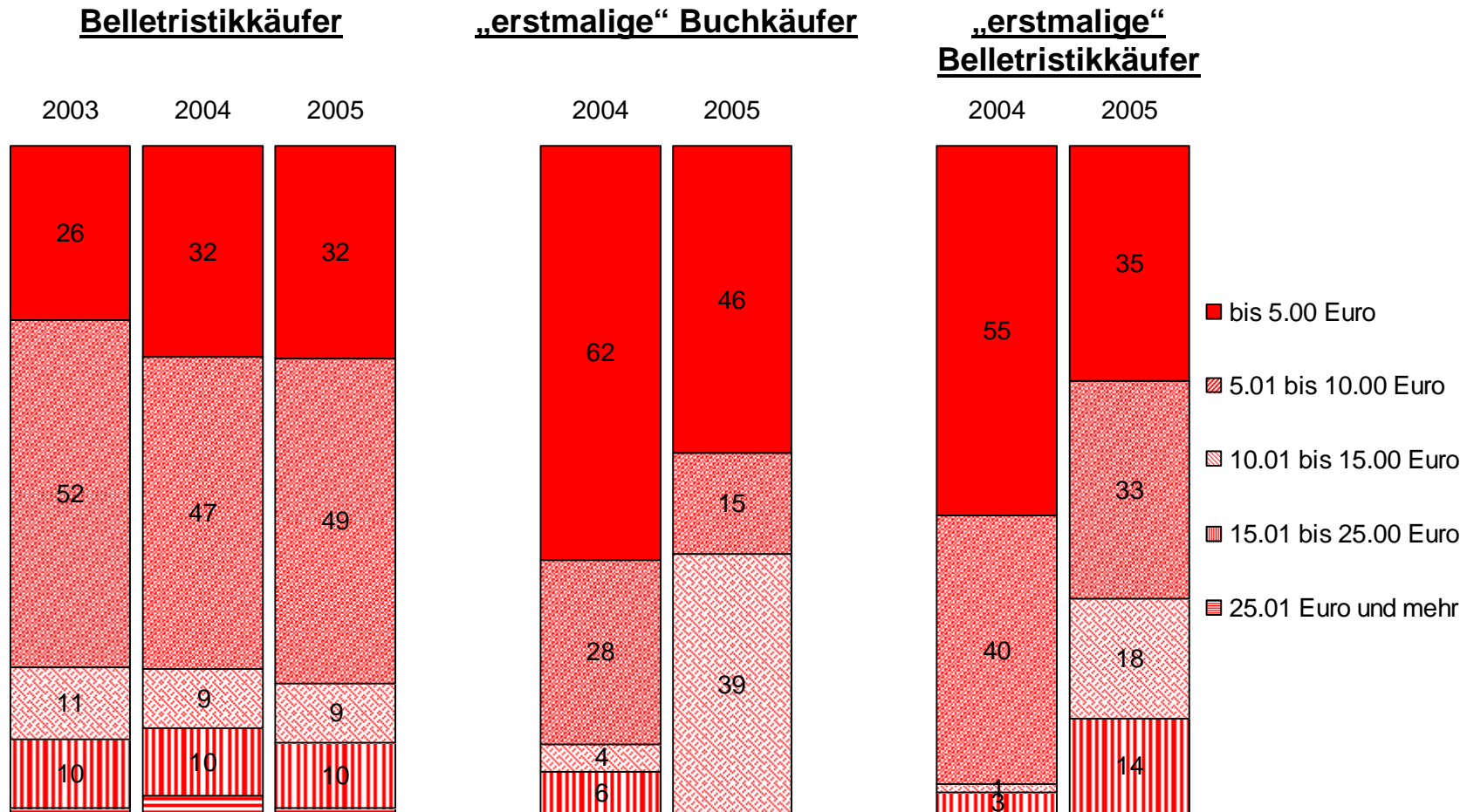
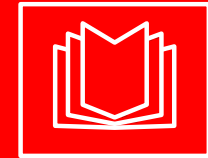
Basis: Belletristikmarkt **ohne Käufe der Billigbuch-Editionen**, SZ-/Bild-Bibliothekskäufer, 2003, 2004, 2005, Umsatz

# Belletristikkäufer kaufen 2005 preiswerter



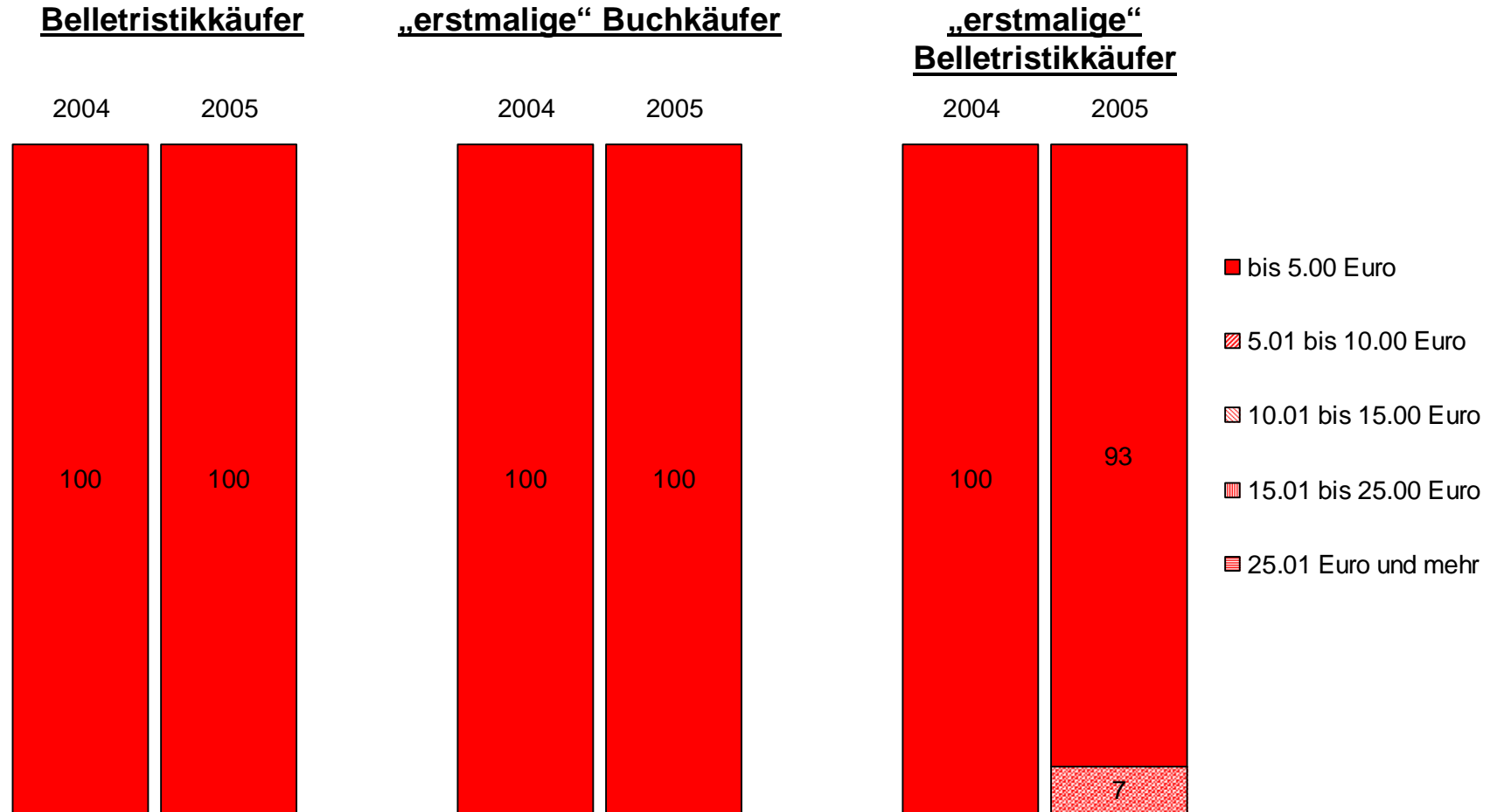
Basis: Belletristikmarkt, SZ-/Bild-Bibliothekskäufer, 2003, 2004, 2005, Absatz

# Die neuen Käufer kaufen mehr teure Bücher



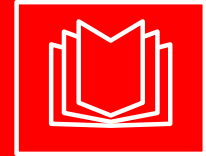
Basis: Belletristikmarkt **ohne Käufe der Billigbuch-Editionen**, SZ-/Bild-Bibliothekskäufer, 2003, 2004, 2005, Absatz

# Die Sammeleditionen kosten bis 10 Euro



Basis: Belletristikmarkt **nur Käufe der Billigbuch-Editionen**, SZ-/Bild-Bibliothekskäufer, 2003, 2004, 2005, Absatz

## Verändern die Sammeleditionen das Kaufverhalten?

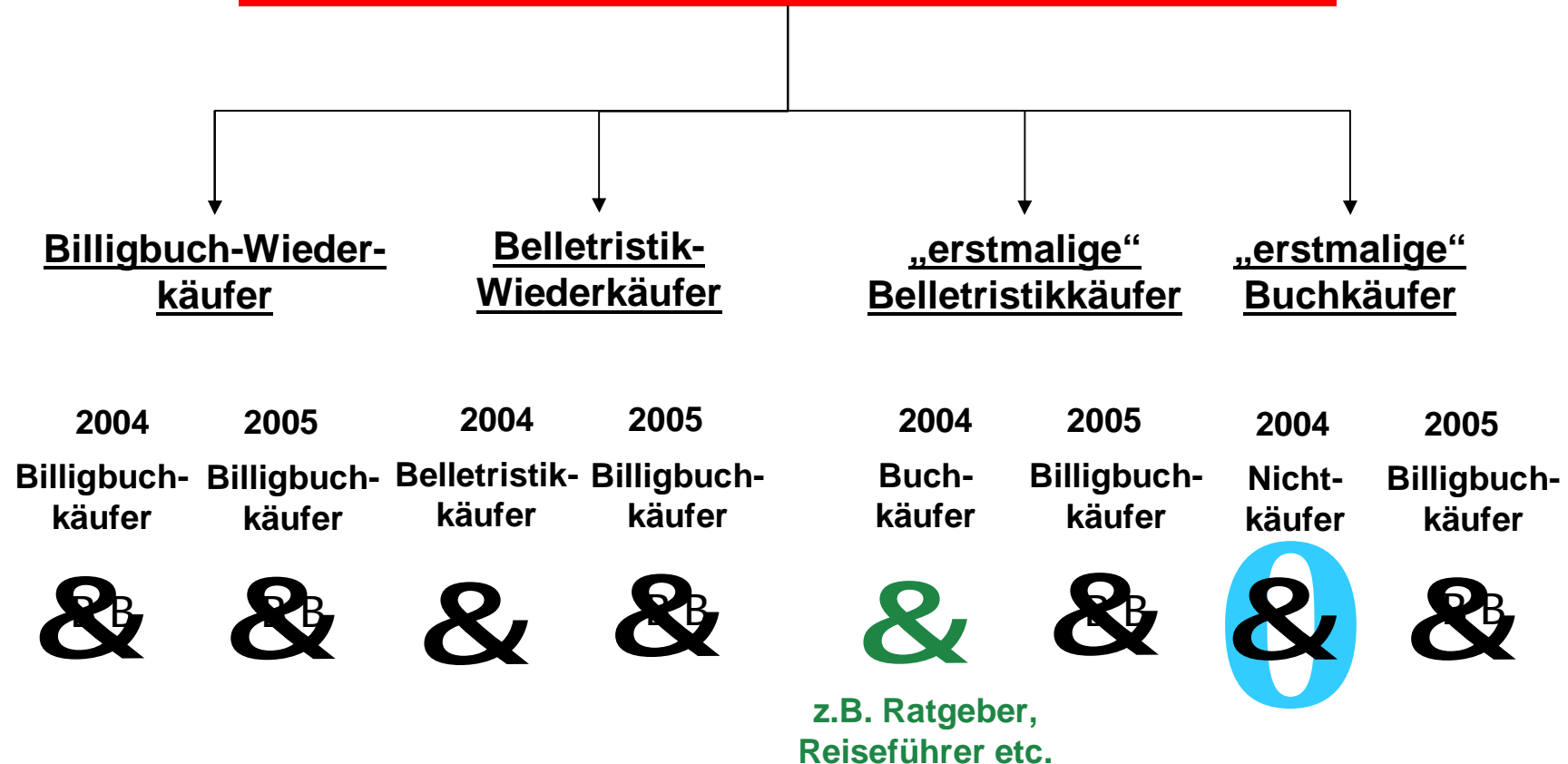


- n Die Sammeleditionen haben das Kaufverhalten bei den SZ-Käufern kaum verändert. Besonders die regelmäßigen Belletristikkäufer haben zu ihrem gewohnten Kaufverhalten in 2003 zurückgefunden. Nach wie vor den Billigeditionen kaufen sie 16,4 Bücher pro Jahr. Die preiswerten Sammelbände wurden zusätzlich zur dieser Nachfrage gekauft.
- n Bei den Bild-Bibliothekskäufern, die regelmäßig Belletristik kaufen, substituierten die preiswerten Bücher zumindest in 2004 einen Teil der Nachfrage an Unterhaltungsliteratur. Aber auch im Jahr 2005 haben diese Käufer zu ihrem gewohnten Kaufverhalten zurückgefunden.
- n Durch die Bild-Bibliothek konnten besonders viele neue Buch- und Belletristikkäufer angesprochen werden. Diese Käufer haben im Jahr 2005 ihre Bucheinkäufe sogar noch erhöht.

# Analysemethode der Käufergruppen

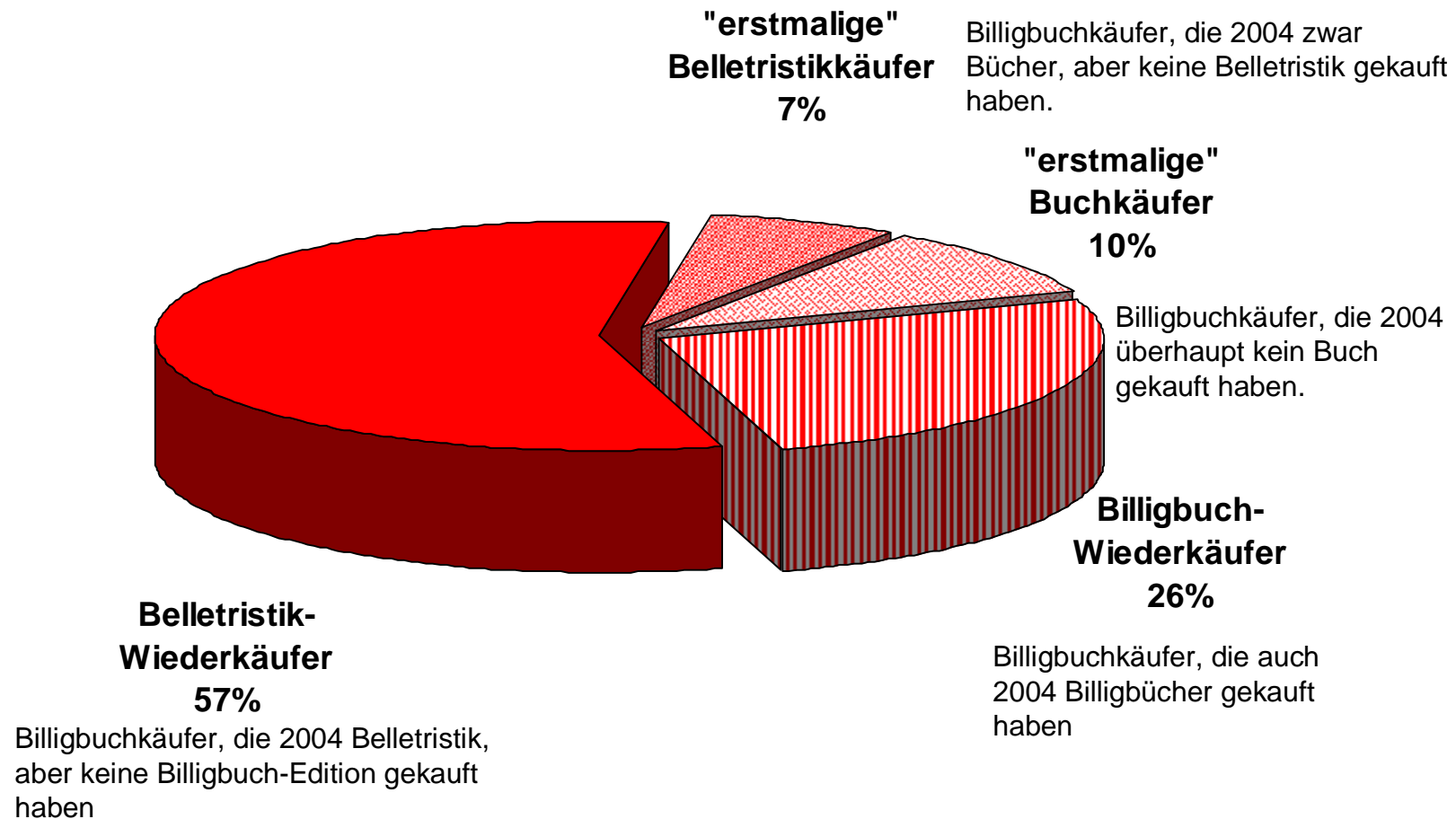


Alle Käufer, die 2005 mindestens 1 Band der Billig-Bibliotheken\* gekauft haben



\* SZ-Bibliothek, Bild-Bestseller-Bibliothek, FAZ Klassiker der Comic Literatur, Brigitte Edition, Stern Krimi Bibliothek

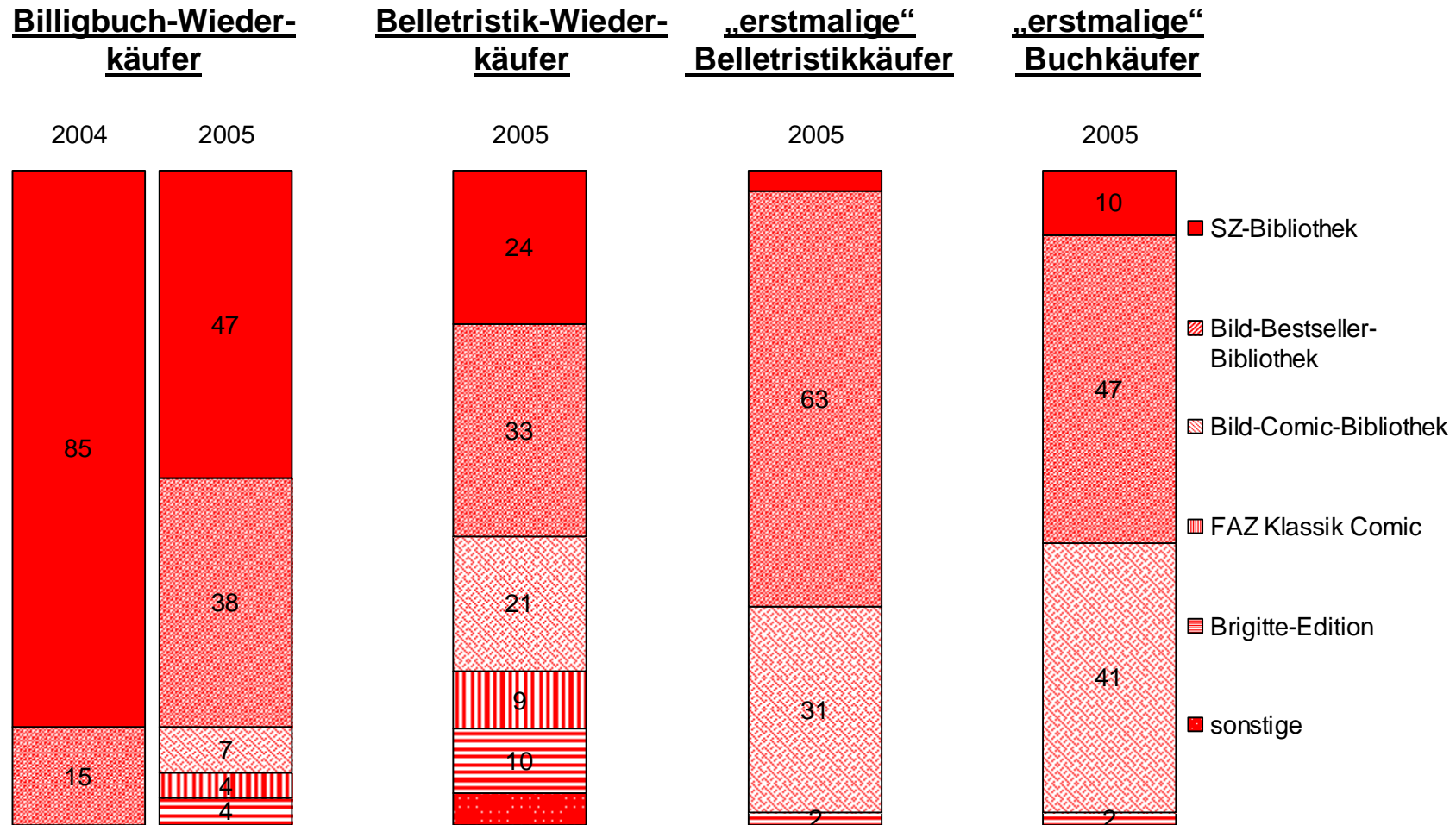
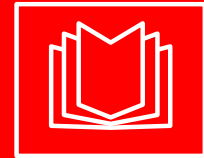
# Gut ein Viertel sind Wiederkäufer



Basis: Billigbuchkäufer, 2004 und 2005



# Die Bild-Bibliothek bringt neue Käufer



Basis: Belletristik, Billigbuchkäufer, 2004 und 2005, Umsatz

# Kennzahlen Billigbuchkäufer



<u>Belletristik Gesamt</u>	Billigbuch-Wiederkäufer		Belletristik-Wiederkäufer		„erstmalige“ Belletristikkäufer 2005	„erstmalige“ Buchkäufer 2005
	2004	2005	2004	2005	2005	2005
Ø Kaufintensität	15,5	16,4	6,8	11,0	4,9	4,1
Ø Preis	7,54 €	8,29 €	8,49 €	7,90 €	6,36 €	6,85 €

## Billigbuch-Bibliothek

Ø Kaufintensität	10,7	4,5	2,7	2,5	2,8
Ø Preis in Euro	4,48 €	4,93 €	5,20 €	4,96 €	5,14 €

## Restl. Belletristik

Ø Kaufintensität	4,8	11,9	6,8	8,3	2,4	1,4
Ø Preis in Euro	14,41 €	9,54 €	8,49 €	8,77 €	7,83 €	10,33 €

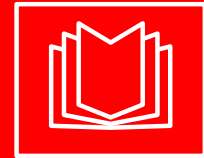
Basis: Belletristikmarkt, Umsatz und Absatz 2004/2005

Seite 42

Börsenverein des Deutschen Buchhandels e. V.

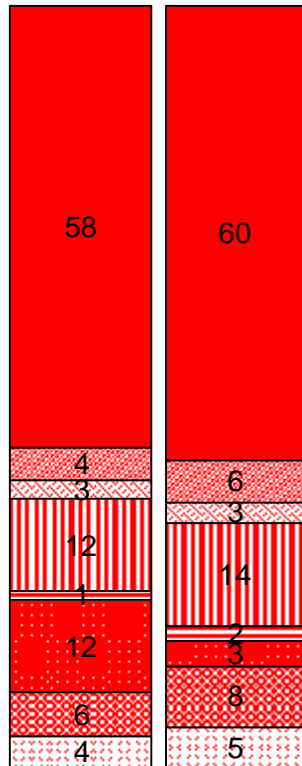
Referat Marketing und Marktforschung / Verleger-Ausschuss

# Einkaufsstättenstrukturen



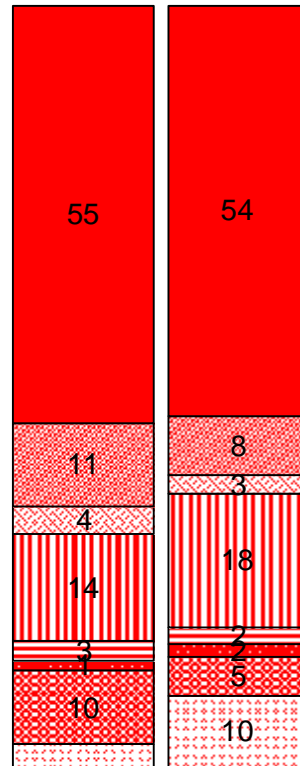
## Billigbuch-Wieder- Käufer

2004 2005



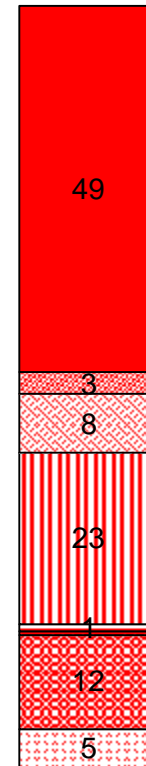
## Belletristik-Wieder- käufer

2004 2005



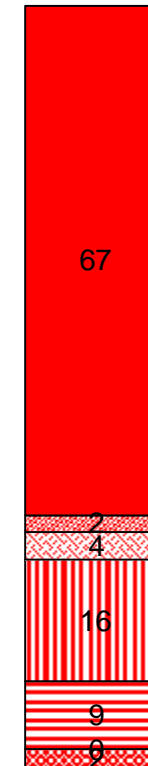
## „erstmalige“ Belletristikkäufer

2005



## „erstmalige“ Buch- käufer

2005



- Buchhandlung
- Buchgemeinschaft
- Kauf- und Warenhaus
- Versandhandel
- VM/SM/Discounter
- Verlag
- Internet
- sonstige

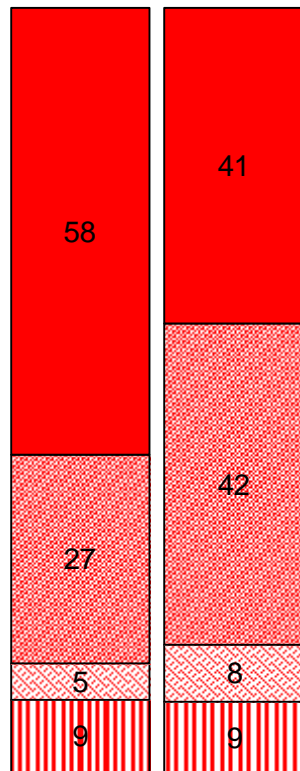
Basis: Belletristik, Billigbuchkäufer, 2004 und 2005, Umsatz

# Preisklassen



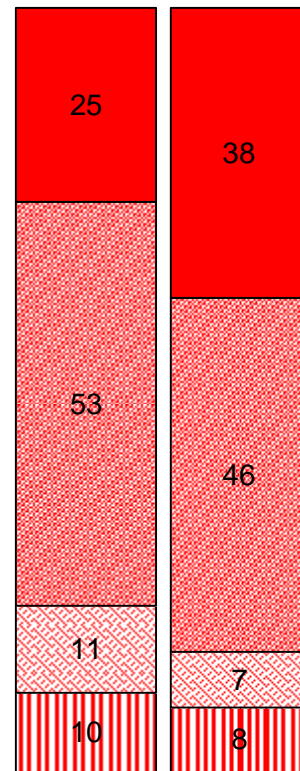
## Billigbuch-Wieder- käufer

2004      2005



## Belletristik-Wieder- käufer

2004      2005



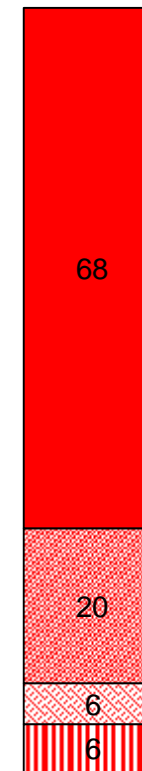
## „erstmalige“ Belletristikkäufer

2005



## „erstmalige“ Buchkäufer

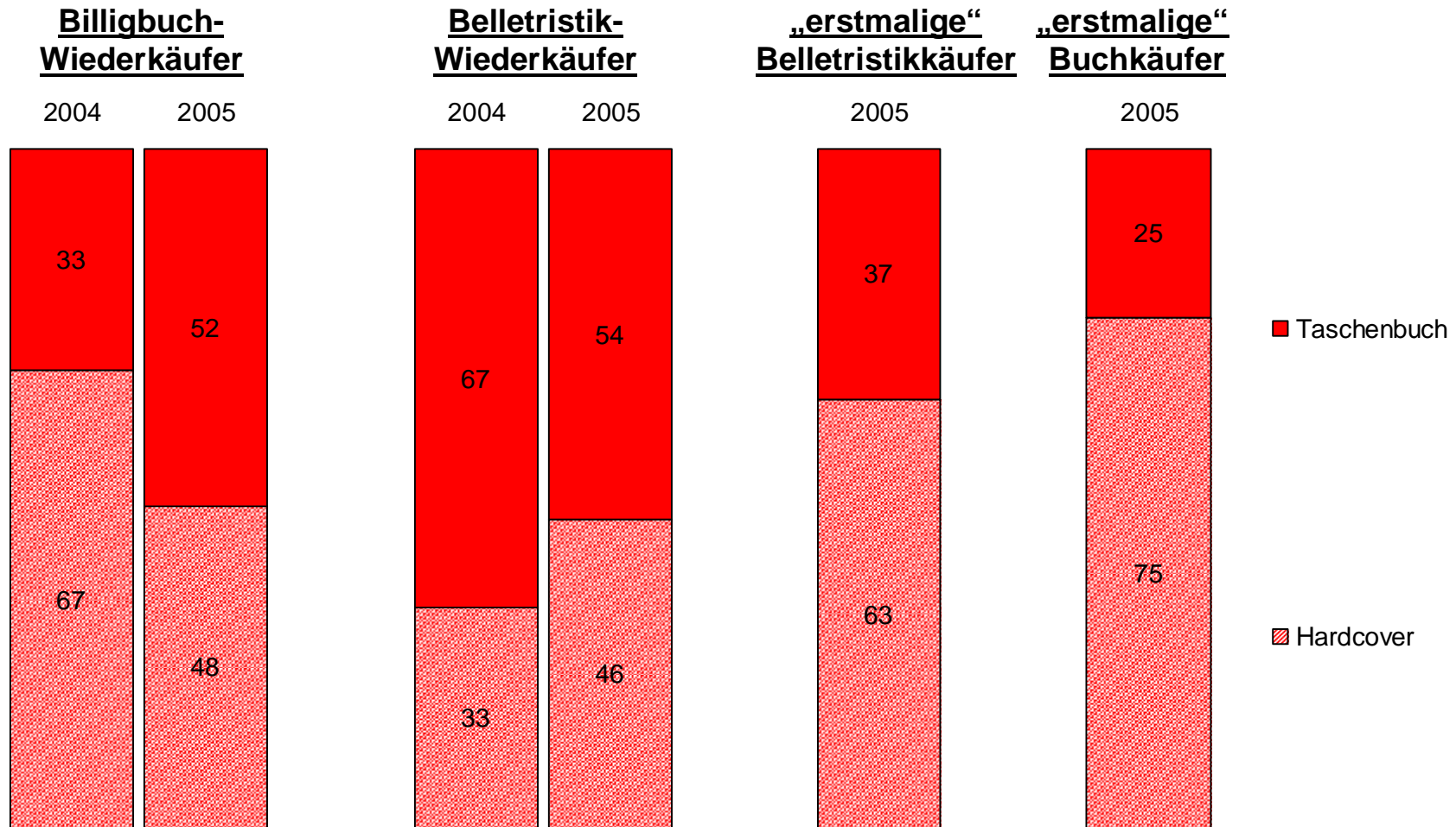
2005



- bis 5 Euro
- ▨ 5.01 bis 10.00 Euro
- ▩ 10.01 bis 15.00 Euro
- ▤ 15.01 Euro und mehr

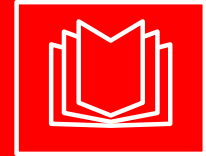
Basis: Belletristik, Billigbuchkäufer, 2004 und 2005, Umsatz

# Die Rückkehr zum Taschenbuch



Basis: Belletristik, Billigbuchkäufer, 2004 und 2005, Umsatz

## Welche Käufer wurden 2005 von den Sammeleditionen angesprochen?



- n Fast 3/4 der Käufer der Billigbuch-Editionen im Jahr 2005 haben sich 2005 zum ersten Mal einen Band gekauft. Darunter sind 57 Prozent Käufer, die zwar auch im Jahr 2004 Unterhaltungsliteratur gekauft haben, aber erst 2005 auf die Bibliotheken aufmerksam geworden sind. Über ¼ sind Wiederkäufer der Billigbuch-Editionen.
- n Wie schon im letzten Jahr wurden bei den Belletristik-Wiederkäufern keine anderen Belletristikkäufe durch die Billigbibliotheken ersetzt. Im Gegenteil: Bei den Billigbibliotheks-Wiederkäufern hat die Anzahl der Nebenkäufe sogar zugenommen.

# Zusammenfassung



- n Die Idee von preiswerten Sammeleditionen, die 2004 mit SZ und Bild gestartet waren, hat den gesamten Buchmarkt belebt. Die vielfach geäußerte Befürchtung, dass die billigen Bücher den „normalen“ Belletristikmarkt kannibalisieren und die Preissensibilität beim Konsumenten nachhaltig verändern, hat sich nicht bestätigt.
- n Im Gegenteil: Besonders die Bild-Bibliothek hat neue Käuferschichten angesprochen, die neben den Sammeleditionen auch weitere Unterhaltungsliteratur gekauft haben.
- n Allerdings scheint der Zenit der Editionen schon erreicht. Trotz einer Vielzahl an weiteren Billigeditionen hat sich der Anteil am Markt für Belletristik nicht erhöht. Scheinbar ist die Nachfrage nach Sammeleditionen begrenzt und nicht unendlich ausbaubar.



- n repräsentative Befragung
- n Teilnehmer: 20.000 Personen ab 10 Jahre, die stellvertretend für 63,74 Millionen Deutsche stehen