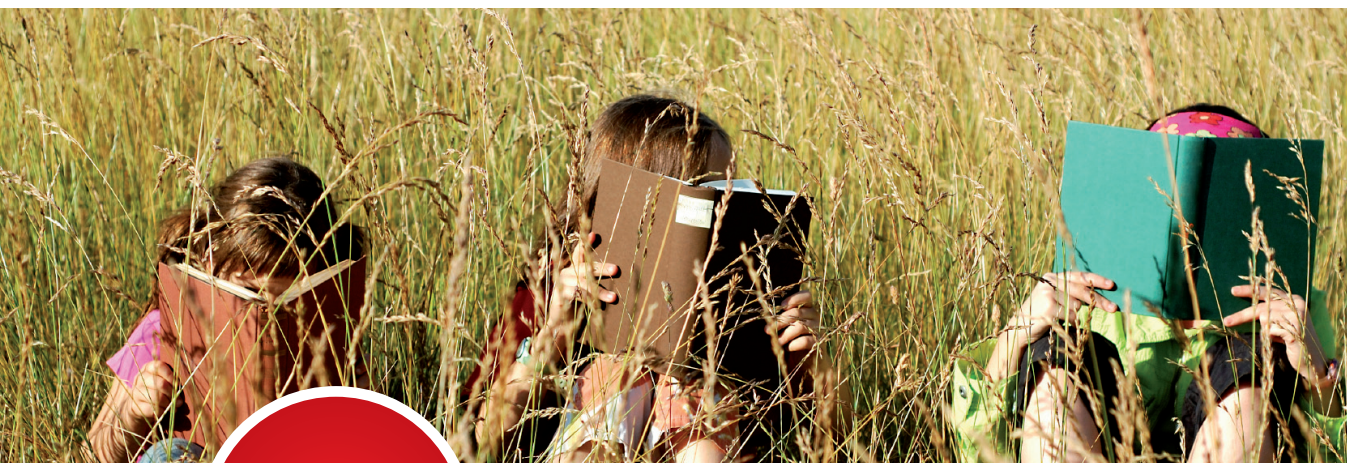


# Kinder- und Jugendbücher



In Zusammen-  
arbeit mit  
**GfK** und **Sinus**

Einblicke in die Lebens- und Lesewelten  
relevanter Zielgruppen



Arbeitsgemeinschaft von  
Jugendbuchverlagen e.V.

Studienreihe  
Marktforschung  
Börsenverein des  
Deutschen Buchhandels



---

## Zusammenfassung

---

### Kinder- und Jugendbuchkäufer

- Marktentwicklung und Kennzahlen: Zunehmend wird der Markt der Kinder- und Jugendbücher von wenigen Bestsellern dominiert. 2009 löste die Bis(s)-Reihe die erfolgreiche Harry-Potter Serie ab. Da diese Titel vergleichsweise teuer sind, heben sie die durchschnittlichen Ausgaben für Kinder- und Jugendbücher an. Auch die Anzahl der Kinder- und Jugendbuchkäufer ist leicht angestiegen: 2009 sind es 14,1 Mio. Sie kaufen jährlich durchschnittlich 5,1 Kinder- oder Jugendbücher und geben dafür ca. 42 Euro aus.

### Strukturen im Kinder- und Jugendbuchmarkt

- Altersgruppen, Geschlecht und Genres: Parallel zu den Entwicklungen im gesamten Buchmarkt steigt auch im Kinder- und Jugendbuchsegment die Nachfrage nach Unterhaltungsliteratur. Informationsvermittelnde Genres werden weniger nachgefragt. Letztere werden zunehmend häufiger über das Internet eingekauft; Unterhaltungsliteratur hingegen nach wie vor überwiegend in klassischen Buchhandlungen. Personen bis 19 Jahre kaufen Kinder- und Jugendbücher vor allem für sich selbst. 20- bis 29-Jährige erwerben überwiegend Kinderbücher für jüngere Altersklassen oder aber Jugendbücher für den Eigenbedarf. Ältere Personen kaufen vorwiegend Kinder- und Jugendbücher für ihre Kinder oder Enkelkinder.
- Käufer und Empfänger von Kinder- und Jugendbüchern: Für den Eigenbedarf werden vorwiegend Kinderbücher bis 11 Jahre oder Jugendbücher ab 12 Jahre gekauft. Zum Verschenken kauft man relational mehr Bücher anderer Genres, wie z. B. Bücher für jüngere Altersklassen und informationsvermittelnde Bücher. Interessant ist, dass das Verhältnis zwischen Männern und Frauen unter den Kinder- und Jugendbuchkäufern stark über das Alter hinweg variiert: Während unter den 11-Jährigen noch 42% der Käufer männlich sind, sinkt der Männeranteil bis zu einem Alter von 20 bis 29 Jahren auf nur 10%. Mit zunehmendem Alter steigt der Männeranteil wieder, bis er im hohen Rentenalter sogar den der Frauen übersteigt.
- Neben der quantitativen Erhebung wurde diese Studie durch einen qualitativen Teil ergänzt. Es wurden zwölf ethnografische In-Home Interviews mit typischen Vertretern von drei ausgewählten Sinus-Milieus durchgeführt: den Postmateriellen, den Modernen Performern und der Bürgerlichen Mitte. Dabei wurden Gespräche sowohl mit den 10- bis 14-jährigen Kindern und Jugendlichen als auch mit einem Elternteil, vorwiegend der Mutter, geführt. Die Gruppe war hinsichtlich ihrer Freizeitaktivitäten sehr heterogen, gemeinsam war ihnen jedoch die Liebe zum Lesen.

---

## Zusammenfassung

---

- Das Lesevolumen variierte stark. Einige Gesprächspartner der qualitativen Befragungen bevorzugten besonders dicke Bücher und zeigen eine große Ausdauer, wenn sie abends, am Wochenende oder in den Ferien stundenlang lesen. Wichtiges Kriterium, ob ein Buch (zu Ende) gelesen wird, ist, dass es spannend sein muss. Bereits der Titel oder Klappentext muss die Neugier des Kindes wecken und „Lust auf mehr“ machen. Deswegen erfreuen sich Buchserien großer Beliebtheit: Die Kinder und Jugendlichen können es kaum erwarten, was im Leben des Protagonisten noch alles passieren wird. Einige Gesprächspartner lassen sich ganz in die Geschichte des Buches fallen, sie tauchen in den Charakter ein und wollen das Buch abends gar nicht mehr weglegen. Fantasy ist für viele Gesprächspartner eine spannende Buchgattung. Interessant ist auch der mit dem Lesen verbundene hohe Grad an Selbstreflexion.

### Aufmerksamkeitsquellen für den Kauf

- Die Mütter sind in der Regel auf dem aktuellen Stand, was allgemein das Lesen oder auch die konkreten Titel der Bücher ihrer Kinder betrifft. Gezielt beeinflussen sie das Leseverhalten und ermutigen die Kinder zum Lesen. Häufig erfüllen Eltern den Kindern auch Bücherwünsche außerhalb der Reihe. Die Kinder müssen dafür nicht ihr Taschengeld opfern. In ihrer eigenen Jugend haben die Eltern selbst viel geschmökert und beneiden die heutige junge Generation um die Bandbreite an interessanten Büchern. Bei Jungen fällt das Motivieren hingegen deutlich schwieriger aus, da Computerspiele und andere Freizeitbeschäftigungen auf sie einfach eine größere Faszination ausüben.
- Soziodemografie und Sinus-Milieus: Bücher werden stark überwiegend (73%) durch Stöbern und Umschauen in Buchhandlungen entdeckt, besonders unter Postmateriellen und Konservativen. Außerdem werden viele durch Gespräche im sozialen Umfeld auf Bücher aufmerksam (35%), wobei Konservative und Personen aus der Bürgerlichen Mitte überrepräsentiert sind. Weitere Aufmerksamkeitsquellen sind Werbung und Dekoration in Geschäften / Buchläden (32%). Daran knüpft auch eine Empfehlung an: Die Buch-Promotion sollte noch ausgebaut werden. Besonders wichtig sind Hinweise in anderen Büchern, Bestsellerlisten und Buchbesprechungen in Zeitungen und Zeitschriften. Von Buchhändlern lassen sich vor allem ältere Kunden beraten. Jüngere, modernere Milieus nutzen zunehmend auch das Internet, um sich über den Buchmarkt zu informieren.

---

## Zusammenfassung

---

- In der Regel teilen die Kinder ihren Eltern mit, welche Bücher sie interessieren. Den Eltern zufolge wird die Wahl der Kinder vor allem durch die Umschlaggestaltung und die Klappentexte bestimmt, auch spielt die Schriftgröße eine Rolle. Besonders Postmaterielle informieren sich durch Bestsellerlisten und Buchbesprechungen in einschlägigen Quellen, bevor sie im Laden das ausgewählte Buch letztendlich begutachten. Innerhalb der Bürgerlichen Mitte achtet man besonders auf persönliche Empfehlungen des eigenen sozialen Umfeldes. Das Internet wird vor allem von Modernen Performern und jüngeren Personen als Informations- oder Einkaufsquelle verwendet.

### Aspekte bei der Auswahl eines Kinder- und Jugendbuches

- In erster Linie ist es den Käufern wichtig, dass das Lesen des Buches Spaß bereitet. Außerdem soll das Buch sowohl von der Geschichte her als auch vom Schreibstil spannend (erzählt) sein. Für neun von zehn der Buchkäufer spielt zudem der Wunsch des Kindes eine Rolle. Der Preis ist hingegen selten ein ausschlaggebendes Argument. Man ist gewillt, für ein gutes Kinder- und Jugendbuch Entsprechendes zu bezahlen, besonders unter den Modernen Performern. Unterdurchschnittlich wichtig ist der Preis aber auch den Postmateriellen. Themen, die die Kinder und Jugendlichen interessieren, drehen sich häufig um Fantasy, Mystery, etwas Grusel und Liebe sind als Trendthemen zu identifizieren. Jungen äußern explizit den Wunsch nach Science-Fiction und Action. Die Geschichten sollten dennoch einen gewissen Bezug zur Realität nicht entbehren, damit sie die Identifikation mit den Charakteren ermöglichen. Gerne kann auch eine gewisse Moral dezent verpackt sein. Krimis und Psychothriller sind für die Kinder und Jugendlichen teilweise auch interessant. Von Mädchen werden alltagsnahe Themenwelten wie Liebe, Jungen, Freundinnen und Probleme bevorzugt, wobei ein Happy-End richtig wichtig ist.
- Die Mütter der lesefreudigen Kinder schmökern auch selbst relativ oft in den Büchern ihrer Kinder. Fernsehen und Internet wird von ihnen durchgängig als negativer Einfluss auf die Kinder und Jugendlichen bewertet. Gerne lesen die Eltern den Kindern Geschichten vor. Dabei wird begrüßt, wenn es sich um abgeschlossene Kurzgeschichten handelt, die mit interessanten Bildern aufgepeppt sind.

---

## Zusammenfassung

---

### Beurteilung des Angebots

- Generell herrscht eine große Zufriedenheit mit dem Angebot von Kinder- und Jugendbüchern. Dabei zeigen Personen über 20 Jahren eine größere Zufriedenheit hinsichtlich diverser Aspekte (Bücher mit interessanten Themen die Wissen vermitteln etc.) als jüngere Zielgruppen. Aber: Teilweise wird bemängelt, dass es nicht genug Bücher vom Lieblingsverlag oder –autor gibt; auch ist ein Bedarf nach Bücher-Serien zu verzeichnen. Dabei sei jedoch auf das teilweise fehlende Markenbewusstsein hinsichtlich Verlagen und Autoren verwiesen.
- Weiterhin wird auf dem Buchmarkt ein Defizit an guten Büchern für Jungen festgestellt. Ferner würden die Eltern weitere Bücher auf dem Markt begrüßen, die den Kindern bei der alltäglichen Bewältigung aktueller Probleme (Patchworkfamilien etc.) helfen und ein gewisses Wertebewusstsein und (interkulturelle) Toleranz vermitteln.
- Jungen sollten als Zielgruppe stärker in den Blick genommen werden. Für sie gibt es ein deutlich geringeres Angebot als für Mädchen. Insbesondere fehlen Bücher, die Rollenbilder und Männlichkeitsnormen unterhaltsam thematisieren und Jungen helfen, mit sich und der Welt zu Recht zu kommen (z. B. Jungen dürfen Gefühle zeigen). Hierdurch könnten auch die Väter als Käuferzielgruppe mehr in den Blick kommen.
- Um sich gegenüber dem Internet zu behaupten, müssen Bücher zunehmend den Charakter des Besonderen haben und einen Erlebniswert z. B. durch sinnliche Anreize bieten, den die Informationsbeschaffung im Netz nicht leisten kann.

### Lieblingsgeschäfte für Kinder- und Jugendbücher

- Kinder- und Jugendbücher werden von den interviewten Familien am liebsten und am häufigsten in Buchhandlungen gekauft, da unterscheiden sie sich nicht vom Buchmarkt allgemein. Hier können sie ausführlich begutachtet und Klappentexte in Ruhe gelesen werden. Deutlich weniger nutzen und präferieren sie den Versandbuchhandel sowie das Internet.
- Sowohl Kinder als auch Eltern fühlen sich in Buchhandelsketten wohl. Mütter bevorzugen jedoch zum Teil auch den kleinen Buchladen im Ort. Hier weiß man die persönliche Beratung zu schätzen, auch unterstützt man gerne die lokale Wirtschaft. Moderne Performer-Mütter legen keinen großen Wert auf eine persönliche Beratung. Stattdessen präferieren sie große Handelsketten oder den Internetbuchversand. Hier erhalten sie auch bequem englischsprachige Bücher.

---

## Impressum

---

Herausgeber: Börsenverein des Deutschen Buchhandels e.V.  
[www.boersenverein.de](http://www.boersenverein.de)  
und Arbeitsgemeinschaft von Jugendbuchverlagen e.V. (avj)  
[www.avj-online.de](http://www.avj-online.de)

Projektleitung Dr. Christoph Kochhan

Projektteam:

- GfK, Nürnberg  
Christoph Freier  
Grit Patzig
  
- Sinus-Institut, Heidelberg  
Dr. Silke Borgstedt  
Gabriele Spiller  
Tamina Christ  
Christina Scheffler

© November 2010, Börsenverein des Deutschen Buchhandels e.V. und  
Arbeitsgemeinschaft von Jugendbuchverlagen e.V.

Vervielfältigung, auch auszugsweise, nur mit ausdrücklicher Genehmigung der  
Herausgeber.

Bezugsquelle der kostenpflichtigen Studie (113 S.):

Arbeitsgemeinschaft von Jugendbuchverlagen e.V. (avj)  
[www.avj-online.de](http://www.avj-online.de)  
[info@avj-online.de](mailto:info@avj-online.de)