

PRESSEMITTEILUNG

**Stabile Buchkaufkraft - Deutsche geben weiterhin durchschnittlich 104 Euro im Jahr für Bücher aus**

*[Die Karte des Monats](#) von Nexiga zeigt, dass die Kaufkraft von Büchern im Verhältnis zum Vorjahr ungebrochen ist. Ein Unterschied zwischen Stadt und Land wird aber deutlich.*

**Bonn, 04. Juli 2017\_** Das Buch für den Urlaub ist immer noch ein Klassiker. Deshalb legt Nexiga pünktlich zum Start der Sommerferien die [Buchkaufkraft-Karte](#) vor. Ermittelt hat der Full-Service-Anbieter und Kompetenzführer für Geomarketing die Kaufkraft deutscher Verbraucher für Bücher. Die positive Prognose für 2017: Auch in diesem Jahr bleibt die Buchkaufkraft auf stabilem Niveau. Die Deutschen geben im Jahr 2017 insgesamt 8,522 Milliarden Euro für Bücher aus - das entspricht fast dem Vorjahreswert. Im Durchschnitt kauft also jeder Bundesbürger Bücher im Wert von 103,70 Euro und das obwohl der Buchmarkt schon oft totgesagt wurde.

Mit dem Begriff „Kaufkraft der Bücher“ wird derjenige Anteil des verfügbaren Einkommens der Wohnbevölkerung auf Gemeindeebene verstanden, der für den Bücherkauf aufgewendet wird. Da sich die Berechnungen auf die Bevölkerungsschichten von Gemeinden beziehen, kann hier nicht festgestellt werden, wo genau die Bücher - im Ladengeschäft oder Online - gekauft wurden, sondern nur, dass sie gekauft wurden beziehungsweise noch gekauft werden.

**Leseland-Deutschland: Mehr Buchkäufe im Westen als im Osten**

Bei der Betrachtung der Buchkäufe werden ein Ost-West-Gefälle sowie ein Stadt-Land-Gefälle deutlich. In ländlichen Gegenden - vor allem im Osten Deutschlands - liegen die Ausgaben für Bücher rund 20 Prozent unter dem Bundesdurchschnitt von 103,70 Euro im Jahr. In Großstädten wie München und Hamburg, aber auch entlang des Rheins in Köln und Düsseldorf, in den Rhein-Main-Gebieten und in und um Stuttgart und Hannover sind die Ausgaben für Bücher pro Einwohner mit bis zu 50 Prozent über dem Bundesdurchschnitt hingegen extrem hoch. Diese Verteilung macht deutlich, dass die Ausgaben für das Produkt Buch stark von der Sozialstruktur, dem Bildungsstand der Bürger, sowie von deren Einkommen abhängt. Womit die Verteilung der Kaufkraft von Büchern sehr stark der Verteilung der allgemeinen Kaufkraft der deutschen Bevölkerung entspricht.

Die von Nexiga erhobene Buchkaufkraft steht in keinem direkten Verhältnis zum Leseverhalten der Bevölkerung. Ein niedrigerer Wert bedeutet nicht, dass im gleichen Maße weniger gelesen wird. Vor allem zeigt die Karte: Bücher bleiben weiterhin ein beliebtes Medium. Und ob am Strand oder auf dem eigenen Balkon: Erholung und ein gutes Buch gehören für viele Deutsche unmittelbar zusammen.

**Quellen:** Eigene Berechnungen von Nexiga auf Basis der „Einkommens- und Verbraucherstichprobe“ des Statistischen Bundesamtes und Verbandsstatistiken.

---

## Über Nexiga

Die Nexiga GmbH ist Pionier und einer der Marktführer für Geomarketing. Mit der zunehmenden Integration von Geomarketing-Komponenten in den Geschäftsprozessen der Unternehmen unterstützt der Full-Service-Anbieter diese in der Planung und Bewertung von Standorten, Vertriebsgebieten, Zielgruppen und der Ermittlung von Marktpotenzialen.

Mit LOCAL® - der ganzheitlichen Geomarketing-Lösung - bietet Nexiga neben einer enormen Datenbasis auch die notwendigen Technologien für detaillierte und passgenaue Analysen: So beschreiben die hausgenauen Daten von LOCAL® Data Standorte anhand von Markt- und Geodaten samt branchenspezifischer Merkmale und liefern damit essentielle Inhalte für genaue Analysen über das Marktpotenzial sowie die Infrastruktur der Standorte vor Ort. Eine systematische Marketing- und Vertriebsplanung ist über die automatische Anreicherung von Datensätzen mit raumbezogenen Informationen durch die Geomarketing-Systeme von LOCAL® Systems möglich. Adressen werden schnell und präzise verifiziert, lokalisiert und dargestellt, so dass sie als Basis für die strategische Marktbearbeitung dienen. Werbe- und Marketingmaßnahmen sind mess- und planbar, weil genau ermittelt werden kann, wo potenzielle Neukunden zu erreichen sind. LOCAL® Competence rundet das Full-Service-Paket von Nexiga ab. Das erfahrene Expertenteam sorgt mit seiner langjährigen Erfahrung und dem gezielten Einsatz von umfassenden Analyse-, Planungs- und Berechnungsmethoden für eine zuverlässige Beratungskompetenz.

## Über Geomarketing

„All success is local“: Die räumliche Komponente spielt in der Wirtschaft eine herausragende Rolle und hilft Unternehmen, optimal und effizient zu steuern und strategisch fundierte Entscheidungen mit minimalem wirtschaftlichen Risiko zu treffen. Für die wirtschaftliche Betrachtung und Bewertung eines Marktes macht Nexiga räumliche Zusammenhänge nach den relevanten Parametern für die weitere Bearbeitung transparent und beantwortet zusätzlich durch exakte Geoinformationen und -daten die wichtige Frage nach dem „Wo“. Darüber hinaus gibt der Kompetenzführer für Geomarketing Unternehmen ergänzende Marktinformationen und -daten an die Hand, mit denen sie die für sich interessanten Gebiete nach wirtschaftlichen und soziodemographischen Gesichtspunkten, wie Kaufkraft, Alter, Wohnumfeld oder Produktaffinität noch besser und exakter einschätzen können. Auf dieser Basis erhalten Kunden eine optimale Planungsgrundlage für Up- und Cross-Selling-Maßnahmen sowie Neukundengewinnung.

Weitere Informationen unter [www.nexiga.com](http://www.nexiga.com)

###

### Kontakt Nexiga:

Ina Wagner, Senior Marketing Manager  
[wagner@nexiga.com](mailto:wagner@nexiga.com)

### Pressekontakt:

Christoph Hausel,  
Tel.: 089 720 137 – 20  
[nexiga@elementc.de](mailto:nexiga@elementc.de)