

PRESSEMITTEILUNG

Stabile Buchkaufkraft: Deutsche haben 8,5 Milliarden Euro im Jahr für Bücher zur Verfügung

Die [Karte des Monats](#) von Nexiga zeigt, dass die Kaufkraft von Büchern auch dieses Jahr im Verhältnis zu den Vorjahren ungebrochen ist. Im Durchschnitt kauft jeder Bundesbürger 2019 Bücher im Wert von 102,94 Euro.

Bonn, 4. Juni 2019_ Social Media, Blogs, Onlinepublikationen: Das Medienangebot hat sich im Zuge der Digitalisierung stark ausdifferenziert. Gerade beim Buchhandel kommt schnell der Gedanke auf, dass hier jede Chance genutzt werden muss, um weiterhin attraktiv zu bleiben. Umso positiver überrascht das Ergebnis der [aktuellen Buchkaufkraft-Karte 2019](#) von Nexiga, dem Anbieter und Kompetenzführer für Location Intelligence und Geomarketing. Ob im Onlineshop, in einer Filialkette oder in der kleinen Buchhandlung um die Ecke: Der Buchmarkt ist trotz vielfältiger neuer Medienangebote weiterhin stabil und die Buchkaufkraft gleichbleibend hoch. Die Deutschen haben im Jahr 2019 insgesamt 8,523 Milliarden Euro für Bücher zur Verfügung – das entspricht nahezu exakt den Vorjahreswerten. Im Durchschnitt kauft also jeder Bundesbürger Bücher im Wert von 102,94 Euro.

Im Westen sind die Ausgaben für Bücher pro Einwohner bis zu 50 Prozent höher

Im Westen Deutschlands fallen die dunkelrot markierten Bereiche der Karte auf und prägen das Kartenbild. Die damit zusammenhängenden hohen Ausgaben pro Einwohner zeigen deutlich: Rund um die westlichen und südlichen Metropolen Hamburg, München und Stuttgart dazu entlang der Rheinschiene mit Köln und Düsseldorf sowie im Rhein-Main-Gebiet um Wiesbaden werden viele Bücher gekauft. Hier steht bis zu 50 Prozent mehr Geld für Bücher zur Verfügung als im Bundesdurchschnitt. Wie viel jeder Bundesbürger im Durchschnitt im Endeffekt ausgibt, hängt stark von der Sozialstruktur, Bildung und dem Einkommen dieser ab.

Landeshauptstädte im Vergleich: In München ist die Buchkaufkraft am höchsten

Neben dem Ost-West-Gefälle wird bei der Betrachtung der Ausgaben der Buchkäufe auch das Stadt-Land-Gefälle sichtbar. Die Ausgaben für Bücher liegen auf dem Land um rund 20 Prozent unter dem Bundesdurchschnitt. Das betrifft unter anderem weite Teile von Mecklenburg-Vorpommern, Brandenburg, Sachsen und Thüringen, aber auch den westlichen Part von Niedersachsen. So ist die Kaufkraft für Bücher mit 40,20 Euro pro Einwohner in der Gemeinde Freienbessingen in Thüringen von allen untersuchten Gemeinden am geringsten. Dahingegen ist sie rund um die Großstädte im Westen hoch. Laut Buchkaufkraft-Karte ist in München pro Einwohner das meiste Geld für Bücher verfügbar (141,62 €), gefolgt von Düsseldorf (129,45 €), Wiesbaden (123,16 €) und Bonn (122,32 €). Schlusslichter sind die ostdeutschen Städte Schwerin (101,21 €), Dresden (98,37 €) und Magdeburg (96,80 €) – sie liegen unter dem Bundesdurchschnitt.

Zur Karte: Unter dem Begriff „Kaufkraft der Bücher“ wird der Anteil des verfügbaren Einkommens der Wohnbevölkerung auf Gemeindeebene verstanden, der für den Bücherkauf aufgewendet wird.

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. Die Karte zeigt vor allem: Bücher bleiben weiterhin ein beliebtes Medium. Der (Buch-)Handel kann die Informationen der Buchkaufkraft 2019 direkt in die Planung der Vertriebs- und Filialsteuerung einfließen lassen. Auch unternehmerische Entscheidungen können mithilfe der Buchkaufkraft-Karte untermauert werden.

Quelle der Daten: Eigene Berechnungen Nexiga auf Basis der „Einkommens- und Verbrauchsstichprobe“ des Statistischen Bundesamtes und Verbandsstatistiken.

Über Nexiga

Nexiga, der Kompetenzführer und Anbieter für Location Intelligence und Geomarketing, unterstützt Unternehmen in der Planung und Bewertung von Vertriebs- und Versorgungsgebieten, Standorten und Filialen sowie bei der Segmentierung und Profilierung von Kunden und Zielgruppen. Auf der Basis räumlicher Systematisierung mittels Geo- und Marktdaten liefert Nexiga umfassende Markttransparenz und deckt relevante Marktpotenziale auf. Zudem können CRM-Systeme mit Geo- und Marktinformationen sinnvoll ergänzt werden. Hausgenaue Daten, intelligente Analysen und passgenaue Software-as-a-Service-Lösungen bieten umfangreiches Wissen für differenzierte Marketing- und Vertriebsstrategien.

Weitere Informationen unter www.nexiga.com

###

Kontakt Nexiga:

Ina Wagner, Senior Marketing Manager
wagner@nexiga.com

Pressekontakt:

Shari Lüning,
Tel.: 089 720 137 – 25
nexiga@elementc.de