



PRESSEMITTEILUNG

Leseratten tummeln sich im Netz – AGOF Branchenbericht *Spezial* Bücher (if 2010-I) zeigt: Über die Hälfte der Onliner recherchiert zu Büchern im Internet

Mehr als jeder zweite Onliner interessiert sich für Bücher und hat schon einmal Informationen dazu im Internet recherchiert / Bücher sind das meist gekaufte Produkt im Internet und weisen mit einer Conversion-Rate von 68,7 Prozent das höchste E-Commerce-Potenzial auf

Frankfurt, 30. August 2010. Zur Frankfurter Buchmesse, der weltweit bedeutendsten Messe für Verlage, Medien und Buchhandel, beschäftigt sich die Arbeitsgemeinschaft Online Forschung (AGOF) im Rahmen eines Spezial-Branchenberichts „Bücher“ mit der Rolle des Internets bei der Recherche und beim Kauf von Lesestoff. Die Ergebnisse des Branchenberichts *Spezial* „Bücher“ dokumentieren die online anzutreffenden Zielgruppenpotenziale für die Buchbranche: Über die Hälfte der Internetnutzer interessiert sich für Bücher (58,6 Prozent bzw. 29,10 Millionen) oder hat schon einmal Informationen rund um das Thema Bücher online recherchiert (58,8 Prozent bzw. 29,20 Millionen). Ferner haben vier von zehn Internetnutzern (41,2 Prozent bzw. 20,47 Millionen) in den vergangenen 12 Monaten Bücher im Internet gekauft.

Online-Affinität der Leser macht das Internet zum attraktiven Marketing- und Werbekanal für die Buchbranche

Ein zentraler Grund für die hohe Online-Affinität der buchaffinen Zielgruppen ist sicher, dass sich interessierte Leser im Internet einfach und komfortabel einen schnellen Überblick über das Buchangebot von Händlern und Verlagen verschaffen können. Gleichzeitig lassen sich auf diesem Weg neben dem Buchpreis weiterführende Hintergrundinformationen zum Inhalt oder Autor ermitteln, wobei die Informationsrecherche unabhängig von Ladenöffnungszeiten rund um die Uhr durchgeführt werden kann.

Diese Eigenschaften machen das Internet zu einem wirkungsvollen Marketingkanal für die Buchbranche: Sie kann sich mit Online-Werbung oder leserorientierten Services nachhaltig im Relevant-Set der Verbraucher verankern und so starke Kaufimpulse setzen. Gleichzeitig kann sie damit die Bedeutung des Internets als Vertriebskanal für Bücher zusätzlich weiter stärken – die Vielzahl der bereits vorhandenen Online-Shops hat den medienbruchlosen Einkauf von Büchern rund um die Uhr bereits für viele Menschen zur Selbstverständlichkeit gemacht.

AOL DEUTSCHLAND MEDIEN | AXEL SPRINGER | BAUER MEDIA | CONTNET | DEUTSCHE TELEKOM | EBAY | FREEXMEDIA | G+J ELECTRONIC MEDIA SALES | HI-MEDIA | INTERACTIVEMEDIA | IP DEUTSCHLAND | IQ DIGITAL MEDIA MARKETING | MICROSOFT ADVERTISING | OMS | QUALITY CHANNEL | SEVENONE MEDIA | TELEFONICA O2 GERMANY | TOMORROW FOCUS | UNITED INTERNET MEDIA | VODAFONE D2 | YAHOO! | YOC MOBILE ADVERTISING |

Anschrift: AGOF – Arbeitsgemeinschaft Online Forschung e.V. | Steuer-Nr.: 07_227_1482_5 |
Büro: Niddastraße 52 | 60329 Frankfurt | Tel: 069-264888-311 | Fax: 069-264888-320 |
Büro Darmstadt: Postfach 100236 | 64202 Darmstadt | E-Mail geschaeftsstelle@agof.de |
VR Darmstadt 3395 | Vorstände: Thomas Duhr | Jürgen Sandhöfer | Jesko Kehl | Oliver von Wersch



Bücher sind das Top-Produkt beim Online-Shopping und haben die höchste E-Commerce-Affinität

Sowohl bei der Online-Recherche als auch beim Online-Kauf der Internetnutzer stehen Bücher unter den 59 im Rahmen der internet facts untersuchten Produkten an Platz eins. Was das Internet als Vertriebsplattform für die Buchbranche besonders attraktiv macht, ist das hohe Aktivierungspotenzial des Netzes bei Büchern. Sichtbar wird dieses durch die Online-Conversion-Rate – also das Verhältnis von Online-Informationssuchenden zu Online-Informationssuchenden UND Online-Käufern. Bei Büchern beträgt die Online-Conversion-Rate 68,7 Prozent, d.h. mehr als zwei Drittel der Personen, die sich online über Bücher informiert haben werden auch zu Online-Käufern.

Und das in einer attraktiven Zielgruppe: Die online anzutreffenden Potenziale für die Buchbranche zeichnen sich durch einen leicht überdurchschnittlichen Frauenanteil von 50,4 Prozent aus. Ferner zählen mit 73,4 Prozent knapp drei Viertel der bücheraffinen User zu der werberelevanten Zielgruppe der 14- bis 49-Jährigen und knapp ein Drittel (32 Prozent) verfügt über ein Haushaltsnettoeinkommen von monatlich über 3.000 Euro.

Der Branchenbericht *Spezial* Bücher basiert auf den Daten der internet facts 2010-I und zeigt anhand der Produktkategorie Bücher die online anzutreffenden Potenziale für die Buchbranche – und zwar in punkto Produktinteresse, Online-Informationsrecherche, Online-Kauf sowie Online-Information UND Online-Kauf. Basis für den Branchenbericht ist der Weitesten Nutzerkreis (WNK) der Online-Nutzer, d.h. Personen, die das Internet innerhalb der letzten drei Monate mindestens einmal genutzt haben.

Der WNK umfasst für die internet facts 2010-I 49,68 Millionen der Deutschen ab 14 Jahren, das entspricht 70,5 Prozent der deutschsprachigen Wohnbevölkerung in Deutschland ab 14 Jahren. Die deutschsprachige Wohnbevölkerung in Deutschland ab 14 Jahren umfasst seit der internet facts 2010-I neben der bislang referenzierten deutschen Wohnbevölkerung ab 14 Jahren auch EU-Ausländer und andere deutschsprachige Ausländer in Deutschland ab 14 Jahren, insgesamt damit 70,50 Millionen Menschen.

Der Branchenbericht *Spezial* „Bücher“ sowie eine Präsentation mit allen Grafiken und ein komprimierter Tabellenband stehen unter www.agof.de/branchenberichte zur Verfügung.

Die AGOF

Die Arbeitsgemeinschaft Online Forschung wurde im Dezember 2002 gegründet. Aufgabe und Zweck der AGOF ist es, unabhängig von Individualinteressen, für Transparenz und praxisnahe Standards in der Internet- und

AOL DEUTSCHLAND MEDIEN | AXEL SPRINGER | BAUER MEDIA | CONTNET | DEUTSCHE TELEKOM | EBAY | FREEXMEDIA | G+J ELECTRONIC MEDIA SALES | HI-MEDIA | INTERACTIVEMEDIA | IP DEUTSCHLAND | IQ DIGITAL MEDIA MARKETING | MICROSOFT ADVERTISING | OMS | QUALITY CHANNEL | SEVENONE MEDIA | TELEFONICA O2 GERMANY | TOMORROW FOCUS | UNITED INTERNET MEDIA | VODAFONE D2 | YAHOO! | YOC MOBILE ADVERTISING |

Anschrift: AGOF – Arbeitsgemeinschaft Online Forschung e.V. | Steuer-Nr.: 07_227_1482_5 |
Büro: Niddastraße 52 | 60329 Frankfurt | Tel: 069-264888-311 | Fax: 069-264888-320 |
Büro Darmstadt: Postfach 100236 | 64202 Darmstadt | E-Mail geschaeftsstelle@agof.de |
VR Darmstadt 3395 | Vorstände: Thomas Duhr | Jürgen Sandhöfer | Jesko Kehl | Oliver von Wersch



Online-Werbeträgerforschung zu sorgen. Mit der internet facts und dem darin ausgewiesenen Leistungswert Unique User hat die AGOF die einheitliche Online-Reichweitenwährung als Basis für die Online-Mediaplanung im Markt etabliert.

Mitglieder sind: AOL Deutschland Medien GmbH, Axel Springer AG, BAUER MEDIA KG, Contnet AG, Deutsche Telekom AG, eBay (UK) Limited, freeXmedia GmbH, G+J Electronic Media Sales GmbH, Hi-media S.A., InteractiveMedia CCSP GmbH, IP Deutschland GmbH, iq digital media marketing GmbH, Microsoft Advertising, OMS Vermarktungs GmbH & Co. KG, Quality Channel GmbH, SevenOne Media GmbH, Telefónica o2 Germany GmbH & Co. OHG, TOMORROW FOCUS Portal GmbH, United Internet Media AG, Vodafone D2 GmbH, Yahoo! Deutschland GmbH und YOC MOBILE ADVERTISING GMBH.

Lizenznehmer sind: ad pepper media GmbH, AdBerry Media GmbH, Adconion GmbH, AdImpulse Media GmbH, ADselect GmbH, Andreae-Noris Zahn AG, arejo GmbH, artnet AG, Business Advertising GmbH, Celebrity News UG, Cinema Management Services GmbH, Codex Media GmbH, CommonMedia GmbH, Deutscher Fachverlag GmbH, Doodle AG, ECONA Internet AG, Family Media GmbH & Co. KG, Fantastic Zero GmbH, Glam Media GmbH, GoYellow GmbH, guenstiger.de GmbH, IDG Business Media GmbH, imedo GmbH, intermedia advertising GmbH, Klassik Radio AG, krebomedia GmbH, MAIRDUMONT GmbH & Co. KG, media4markets GmbH, mediaflite GmbH, mediaroute GmbH, mediasports Digital GmbH, MEDIENHAUS.de GmbH, Medienwirtschaft Verlags GmbH, Midasplayer Vertriebs GmbH / king.com, mokono GmbH, MTV Networks Germany GmbH, MySpace/Fox Interactive Media GmbH, NetMediaEurope Deutschland GmbH, netpoint media GmbH, OnVista Media GmbH, QUARTER MEDIA GmbH, QWERTZ-Media GmbH, Reachnet DE Ltd., RealGames Europe B.V., RTL Radiovermarktung GmbH, SOMA 2 GmbH, Ströer Interactive GmbH, teligo GmbH, teltarif.de Onlineverlag GmbH, TripAdvisor Ltd., TripleDoubleU GmbH, Unister GmbH, Urban Media GmbH, Verlag Werben & Verkaufen GmbH, vertical network media GmbH, WEB FINANCIAL GROUP Deutschland GmbH, Weischer Online GmbH, WEKA MEDIA PUBLISHING GmbH, WORT & BILD VERLAG Konradshöhe GmbH & Co. KG und XING AG.

Bei Rückfragen:

Nadja Elias

AGOF Pressesprecherin

Tel.: 089/14339-222

Fax: 089/14339-250

Mobil: 0151/14264224

Mail: nadja.elias@agof.de

Katharina Böhm

AGOF Referentin Marketing/PR

Tel.: 069/264888-318

Fax: 069/264888-320

Mobil: 0151/12671388

Mail: katharina.boehm@agof.de

AOL DEUTSCHLAND MEDIEN | AXEL SPRINGER | BAUER MEDIA | CONTNET | DEUTSCHE TELEKOM | EBAY | FREEEXMEDIA | G+J ELECTRONIC MEDIA SALES | HI-MEDIA | INTERACTIVEMEDIA | IP DEUTSCHLAND | IQ DIGITAL MEDIA MARKETING | MICROSOFT ADVERTISING | OMS | QUALITY CHANNEL | SEVENONE MEDIA | TELEFONICA O2 GERMANY | TOMORROW FOCUS | UNITED INTERNET MEDIA | VODAFONE D2 | YAHOO! | YOC MOBILE ADVERTISING |

Anschrift: AGOF – Arbeitsgemeinschaft Online Forschung e.V. | Steuer-Nr.: 07_227_1482_5 |

Büro: Niddastraße 52 | 60329 Frankfurt | Tel: 069-264888-311 | Fax: 069-264888-320 |

Büro Darmstadt: Postfach 100236 | 64202 Darmstadt | E-Mail geschaeftsstelle@agof.de |

VR Darmstadt 3395 | Vorstände: Thomas Duhr | Jürgen Sandhöfer | Jesko Kehl | Oliver von Wersch