

The Business of Reading Groups

Die (anglo-amerikanischen)
Verlage entdecken Reading
Groups

Inhalt

- Reading Groups und Verlage in Deutschland
- Reading Groups als Marketinginstrument in Großbritannien
- Ist das britische Modell auf Deutschland übertragbar?

Reading Groups eine anglo-amerikanische Angelegenheit

- Reading Groups als private Treffen sind in Deutschland selten
- Lesekreise sind in Deutschland meistens institutionell verankert
 - (Volkshochschulen, Literaturhäuser, Kirchen etc.)
 - Special interest (Rudolf Steiner, philosophisch, jüdisch, kommunistisch)
 - Stadtbibliotheken

Reading groups und Buchmarkt in Deutschland - Fehlanzeige

- Buchmarkt in Deutschland stagniert
 - <http://www.boersenverein.de/de/96641>
- Umsatz 9,1 Milliarden Euro
- Förderung der Protagonisten des Buchmarktes wie Börsenverein, Buchverlage und Buchhändler konzentriert sich auf Literaturpreise und Events (Lesungen)

Verlagsbranche: Wer gehört zu wem

- Verlage im Internet
 - <http://www.buchreport.de/>

Medienarbeit deutscher Verlage – Reading Groups Fehlanzeige

- Buechergilde Gutenberg
 - Fischerverlage
 - Goldmann
 - Lesungen, Angebote für Lehrer, Bestsellerlisten, Autorenspecials
 - Hanser Verlag (<http://www.hanser.de/literatur/>)
 - Hoffmann und Campe
 - Suhrkamp, Insel
- (Adressliste dt. Verlage unter: <http://www.buchreport.de/>)

Reading Groups Bewegung in Großbritannien

- Seit 2001 großes öffentliches Interesse durch Studie von Jenny Hartley
- Ca. 50.000 Reading Groups
- Hartley hat 350 Reading Groups näher analysiert
- Reading Groups sind vielseitig, aber
 - Mehr Frauen als Männer
 - Über 80% höheren Schulabschluss
 - Mehrheit der Mitglieder ist berufstätig (nicht arbeitslos)

Verlage und andere Medienunternehmen in GB mit Reading Group Aktivitäten

- Verlage
 - Penguin
 - <http://readers.penguin.co.uk/>
 - Random House
 - <http://www.randomhouse.co.uk/readersgroup/index.html>
- Orange (privates Telefonunternehmen)
 - <http://www.orangeprize.co.uk/>
- Tageszeitungen
 - Guardian <http://books.guardian.co.uk/readinggroup/>
 - Daily Mail http://www.dailymail.co.uk/pages/live/books/books.html?in_page_id=1825
 - Mail on Sunday <http://www.you-reading-group.co.uk>
- Fernsehsender
 - http://www.channel4.com/entertainment/tv/microsites/R/richardandjudy/book_club_05/book_club.html
- Buchhandelsketten
 - Waterstone Handbuch: Reading Group Toolkit

Fakten: Buchmarkt in GB

- Großes Titelangebot
 - 200.000 Titel 2005 durch print on demand etc.
 - Große Verlage konzentrieren sich auf weniger Titel / Bestseller
- Verlagskonzentration
- Dominanz von Buchhandelsketten

Fakten: Buchmarkt in GB

- **Total Consumer Spending on Books in the UK**
- 2000£2,045 +6%
- 2001£2,155 +5%
- 2002£2,243 +4%
- 2003£2,400 +6%
- 2004£2,436 +2%
- *Source:* www.bookmarketing.co.uk

Fakten: Buchmarkt in GB

- **UK Book Sales (inc Export)**
- 1995 £2,756m
- 1999 £3,176m
- 2004 £3,400m = E 5,200

Quelle: *The Publishers Association* –
www.publishers.org.uk

Wie setzen Verlage Reading Groups ein? - Fazit

- Durch die Reading Group Bewegung wird Lesen ein Teil des Alltag
- Verlage binden Reading Groups als Leser durch Preise für die beste Reading Group
- Reading Groups werden als Instrumente der Marktforschung verwendet
 - Verlag Vintage House lässt Reading Groups die ‚zukünftigen Klassiker‘ bestimmen
- Identifikation von gut gehenden Titeln

Wie setzen Verlage Reading Groups ein? – Marketing Mix

- Produkt
- Price
- Place
- Promotion

Wie setzen Verlage Reading Groups ein? – Product

- Spezielle Guides (Handbücher) für Reading Groups
 - Rezeptbücher
 - Diskussionsthemen
- Auswahllisten für Reading Groups
 - Spezielle Listen, die auf Reading Groups zugeschnitten sind
 - Autor des Monats
 - Thema des Monats
- Verlageeigene Reading Groups

Wie setzen Verlage Reading Groups ein? – Price

- Discount für Reading Groups
 - Bei Kauf von 6 Büchern gibt Penguin einen Discount von 20%

Wie setzen Verlage Reading Groups ein? – Place

- Kundennetzwerk durch Reading Groups
 - Marktforschungsinstrument
 - CMR – Kundenadressen sammeln für Mailingaktionen
- Spezielle Auslagetische für Reading Groups
- Direkt Marketing
 - Penguin / Orange
 - Prize for Fiction, die Shortlist wird dann wieder den Reading Groups angeboten als Leseliste

Wie setzen Verlage Reading Groups ein? – Promotion

- Cross media marketing: verschiedene Medien gehen zusammen
 - Telefongesellschaft und Verlage (Orange / Penguin)
 - Fernsehen und Verlage
 - Public / private Partnership (The Bigread)
- Verlage eigene Reading Groups
 - Spart Werbekosten, erhöht Klickrates, Nutzer gehen von selber auf die Seiten
- Penguin/Orange Reading Group Prize
 - „the aim of the prize is to find the reading groups that illustrate individuality, reflect diversity of reading choices and demonstrate the pleasure of shared reading.“ Quelle: http://readers.penguin.co.uk/nf/shared/WebDisplay/0,,75447_1_2,00.html

Grenzen des Einsatzes von Reading Groups als Marketing Instrument

- Individualismus der Reading Groups
- Lesen fast ausschließlich Taschenbücher
- Gelesene Titel sind meistens mindestens 2 Jahre alt

Reading Groups im Urteil der Verlage

What this proves, I think, is something that most book **publishers** know only too well, i.e. that you simply cannot - thank God - predict the reading preferences, or profile, of the fiction-reading public.
(Guardian, 24.07.05)

Rachel Alexander, publicity director at Faber and Faber, agrees. "It has been massively positive for **publishers** in terms of sales," she admits, "but it's actually about word of mouth. Reading groups create a social context for reading, but it remains an intimate experience and one that **publishers** can't necessarily emulate.,"(Independent, 09.04.2004)

Quellen

- Hartley, Jenny: The Reading Groups Book. Oxford, Oxford University Press 2001
- The Publisher