

Erfolgsfaktor »Zufriedene Kunden«

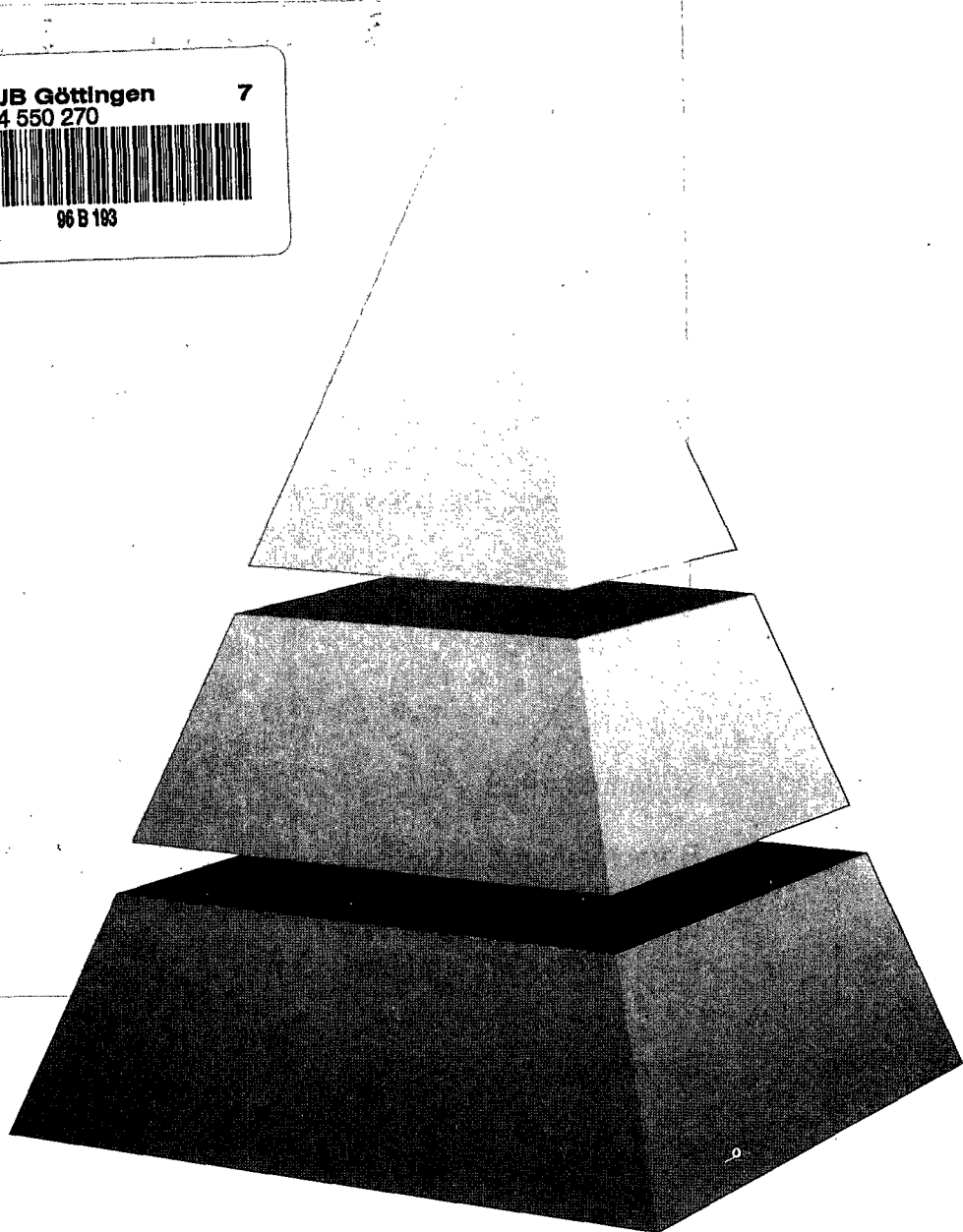
✓
181

Abteilung Marktforschung
Börsenverein des Deutschen Buchhandels e.V.



SUB Göttingen 7
204 550 270

96 B 183



Inhaltsverzeichnis

A. Einleitung	VII
B. Ergebnisse	1
I. Planungsgrundlagen	3
1. Planungsgrundlagen Buchhändler	4
1.1. Geschäftsziele	4
1.2. Einstellung zum Beruf	10
2. Planungsgrundlagen Verbraucher	12
2.1. Lesen	12
a. Einstellung zum Lesen	12
b. Nutzung von Printmedien	14
c. Einstellung zum Lesen von Büchern	18
d. Gründe für Buchnutzung	20
e. Gründe gegen Buchnutzung	26
f. Anzahl der genutzten Bücher	30
g. Art der genutzten Bücher	34
2.2. Kaufen	40
a. Kaufen oder Leihen	40
b. Herkunft des zuletzt gelesenen Buches	44
c. Häufigkeit des Buchkaufes	46
d. Anzahl der gekauften Bücher	48
e. Ortsgröße der überwiegend genutzten Einkaufsstätte	50
f. Lage der überwiegend genutzten Einkaufsstätte	52
g. Größe der überwiegend genutzten Einkaufsstätte	54
h. Gründe gegen Buchkauf	56
i. Verwendungszweck des zuletzt gekauften Buches	58
j. Anlässe für Buchgeschenke	62

II. Strategien	65
1. Unternehmensentwicklung	66
2. Wachstumsstrategien	70
2.1. Ausbau bisheriger Sortimentsbereiche	70
2.2. Zusatzsortimente	72
2.3. Ausbau von Kunden-/Zielgruppen	74
2.4. Geschäftsbesuch ohne Einkauf	78
3. Kundentreue	88
4. Wettbewerb	90
5. Erlebniswert Buchkauf	106
6. Steigerung der Attraktivität von Büchern	112
7. Beitrag des Buchhandels zum Umweltschutz	116
III. Maßnahmen: Marketing-Mix	121
1. Sortiment	122
1.1. Bisherige Sortimentsstruktur	122
1.2. Ausbau bisheriger Sortimentsbereiche	124
1.3. Zusatzsortimente	130
1.4. Produktgestaltung (Hardcover oder Taschenbuch)	138
1.5. Verlage	150
2. Preis	164
2.1. Bekanntheit der Preisbindung	164
2.2. Preiswürdigkeit von Büchern	166
3. Profil	174
3.1. Servicefaktoren	174
3.2. Kundeninformation	192
3.3. Schaufenster	200
3.4. Persönlicher Verkauf	202
3.5. Ladengestaltung	206
3.6. Werbung	214
3.7. Veranstaltungen	226

4. Distribution	230
4.1. Bedeutung der Lagerhaltung	230
4.2. Dauer der Buchbeschaffung	242
4.3. Ladenöffnungszeiten	248
C. Zusammenfassung	251
D. Anhang	267
I. Liste mit zusätzlich abrufbaren Informationen	269
II. Methodenbeschreibung	274
III. Fragebögen	277