

Press release**IUBH Internationale Hochschule GmbH****Katharina Kubisch**

09/13/2018

<http://idw-online.de/en/news702103>

Research results

Cultural sciences, Economics / business administration, Language / literature, Media and communication sciences, Music / theatre transregional, national

**So lesen und schreiben die Generationen X, Y, Z****- IUBH Internationale Hochschule untersucht zusammen mit BoD das Lese- und Schreibverhalten verschiedener Generationen - Signifikante Unterschiede hinsichtlich Nutzung und Vorlieben - Drei konkrete Empfehlungen für den Buchhandel**

Hamburg/Bad Honnef. Ein eigenes Buch auf den Markt zu bringen, war vor wenigen Jahren ohne die Hilfe eines Verlags ein aussichtsloses Unterfangen. Der Erfolg des E-Books hat diese Hürde aus dem Weg geräumt, Self-Publishing wird immer beliebter. Jetzt hat die IUBH Internationale Hochschule zusammen mit Books on Demand (BoD), dem europäischen Markt- und Technologieführer im Bereich der digitalen Buchpublikation, das Lese- und Schreibverhalten verschiedener Altersgruppen untersucht. Das Ergebnis offenbart bemerkenswerte Unterschiede zwischen den Generationen X, Y und Z, aus denen sich Tipps für den Buchhandel ableiten lassen.

Self-Publishing liegt im Trend

Self-Publishing, das verlagsunabhängige Veröffentlichen von Büchern, boomt. Ende 2016 war noch etwa jede vierte Erstauflage ein Self-Publishing-Titel, Ende 2017 war es bereits jede dritte. Zu den Autoren zählen vor allem begeisterte Hobby-Schreiber sowie Experten, die über besonderes Nischenwissen verfügen. Insgesamt liegen über den Markt und die Autoren aber noch relativ wenige Daten vor. Grund genug für die IUBH, gemeinsam mit BoD zu überprüfen, wie die Generationen X, Y und Z Medien nutzen und wie groß das Interesse am eigenen Publizieren ist. Damit liefert die Studie* wertvolle Hinweise, um potenzielle Self-Publishing-Autoren früher und gezielter ansprechen zu können.

So lesen die Generationen X, Y und Z

Zwischen den Generationen zeigen sich beim Leseverhalten und der Mediennutzung deutliche Unterschiede. Am meisten liest Generation X – die Geburtsjahrgänge 1965 bis 1980 – (80% lesen täglich), gefolgt von Generation Y – die Geburtsjahrgänge 1980 bis 1995 – (66% lesen täglich) und Generation Z – die Jahrgänge 1995 bis 2010 (62% lesen täglich). Als Medium nutzt Generation X vorrangig Bücher und Zeitschriften in Papierformat sowie E-Books. Die Generationen Y und Z bevorzugen dagegen Blogs und Social Media. Abweichungen zeigen sich auch bei den Lesemotiven. Entspannung und Information stehen bei Generation X und Z ganz weit vorne. Dagegen steht bei der Generation Y Weiterbildung an erster Stelle. Entsprechend unterschiedlich fallen die Lieblingsinhalte aus: Nachrichten, Romane und Sachbücher stehen bei allen hoch im Kurs, Generation X interessieren aber besonders Themen aus den Bereichen Medizin und Gesundheit, während Generation Y Fitness- und Beauty-Inhalte bevorzugt. Bei Generation Z zieht vor allem Science Fiction-, Fantasy- und Jugendliteratur. Gemeinsamkeiten im Leseverhalten gibt es aber auch. So liest keiner gerne in Gesellschaft: Die meisten lesen hauptsächlich zuhause, im Urlaub oder zum Zeitvertreib, zum Beispiel um Wartezeiten zu überbrücken. In Punkto Ausgaben für Bücher pro Monat liegt Generation X mit 18,21 Euro eindeutig vorn, gefolgt von Generation Y mit 10,25 Euro und Generation Z mit 8,93 Euro.

Unsicherheiten bei potenziellen Autoren

Wer aber liest nicht nur, sondern verfasst eigenhändig Texte? Immerhin jeder vierte der Generation X schreibt selbst, wenn auch vornehmlich auf Facebook oder in Blogs. Auch die Generationen Y und Z schreiben vorrangig in Social Media. Dabei bekunden 13% der Befragten quer durch alle Generationen Interesse, selbst zu veröffentlichen. Insbesondere wissenschaftliche, journalistische und Sachtexte, aber auch Romane/Prosa und Do-it-yourself-Ratgeber sind vorstellbar. Dass sie es trotzdem nicht machen, hat verschiedene Gründe. Viele befürchten, dass ihre Texte nicht gelesen (56%) beziehungsweise nicht gekauft werden (47%). Zudem wünschen sie sich Experten, die den Schreib- und Veröffentlichungsprozess begleiten. Außerdem ist immerhin jedem Dritten das Self-Publishing-Konzept vollkommen unbekannt.

Empfehlungen für den Buchhandel



„Vor dem Hintergrund des Rückgangs von jüngeren Lesern sollte der Buchhandel besonderes Augenmerk auf zielgruppenorientierte Kundenansprache legen“, empfiehlt Prof. Dr. Gabriele Schuster von der IUBH. „Diese sollte speziell auf die jeweilige Mediennutzung ihren Kenntnisstand bezüglich Self-Publishing und ihre jeweiligen Bedürfnisse beim Lesen und Schreiben abgestimmt sein.“ Aus den Ergebnissen lassen sich zudem drei weitere zentrale Handlungsempfehlungen für den on- und offline-Buchhandel, Social Writing-Plattformen und Self-Publishing-Unternehmen ableiten.

contact for scientific information:

Prof. Dr. Gabriele Schuster: g.schuster@iubh-dualesstudium.de