

Brockhaus und Rowohlt bekannteste deutsche Verlagsmarken

17.10.2005, 12:07 | Werbung, Consulting, Marktforschung

Pressemitteilung von: *INNOFACT AG*

Düsseldorf, 17. Oktober 2005 - 91,5% der deutschen Buchkäufer kennen Brockhaus zumindest dem Namen nach. Damit erreicht die Marke des Bibliographischen Instituts aus Mannheim den höchsten gestützten Bekanntheitsgrad aller deutschen Verlage. Aber auch Langenscheidt, Duden oder Falk – Verlage, die vielen schon seit der Schulzeit bekannt sind – kennen gestützt jeweils noch zwischen 85% und 90% der Buchkäufer.

Ein anderes Ergebnis zeigt sich beim ungestützten Bekanntheitsgrad, also der Frage, welche Buchverlage die Deutschen spontan nennen können. Hier liegen belletristische Verlage auf den ersten Plätzen. Wie in den Vorjahren führt der Rowohlt-Verlag mit 31,8% das Bekanntheitsranking an, gefolgt von Heyne, Bertelsmann und Goldmann.

Die Ergebnisse basieren auf dem aktuellen „Verlagsranking 2005“, das vom Düsseldorfer Marktforschungsinstitut INNOFACT AG rechtzeitig zur Buchmesse vorgelegt wurde. Für diese größte jährliche Branchenbefragung zu Bekanntheit und Image der deutschen Buchverlage wurden auch in diesem Jahr wieder knapp 2.000 Buchkäufer befragt.

Im Segment der Sach- und Fachbücher ist es verschiedenen Verlagen gelungen, unabhängig vom einzelnen Titel beim Verbraucher ein klar profiliertes Markenimage aufzubauen. Ein Beispiel ist G+U. Der Münchner Verlag gilt bei den Buchkäufern als besonders sympathische Marke mit überdurchschnittlich gutem Programm. Erfreulich für das Bibliographische Institut, welches als Verlag hinter Brockhaus und Duden steht: Beide Marken erzielen bei den Buchkäufern im Sach- und Fachbuchbereich die besten Benotungen für Verlässlichkeit und Glaubwürdigkeit.

Die Buchkäufer berücksichtigen bei der Auswahl eines Sach- oder Fachbuchs auch in starkem Maße den Verlag als Absender des Titels. Ganz anders sieht es im Bereich der Belletristik aus. Bei Romanen achtet kaum ein Buchkäufer auf den Verlag. Hier zählen Autor, Covergestaltung oder Titel bei der Kaufentscheidung ungleich stärker. Den Belletristikverlagen in Deutschland ist es bisher nicht gelungen, klare Imageprofile beim Buchkäufer aufzubauen. Der Weg zur echten Marke mit übergeordnetem Leistungsversprechen ist für Verlage aus dem belletristischen Bereich somit noch sehr weit.

Weitere Informationen zum Verlagsranking unter www.innofact.de/studienshop.

Ansprechpartner:

Detlef Wolters
INNOFACT AG Research & Consulting
Mutter-Ey-Straße 5
D-40213 Düsseldorf
Tel: +49 211 / 86 20 29 - 0
Fax: +49 211 / 86 20 29 - 10
d.wolters@innofact.de
www.innofact.de

Über INNOFACT:

Die INNOFACT AG ist ein Fullservice-Marktforschungsinstitut aus Düsseldorf und verbindet die bewährten Methoden der klassischen Marktforschung mit hohem methodischem Know-how und den innovativen Möglichkeiten des Online-Research. Das Unternehmen realisiert Marktforschungsstudien für Kunden aus unterschiedlichen Branchen. Die Kompetenzschwerpunkte liegen in den Bereichen Markenartikel, Handel, Telekommunikation, Pharma/Health und Medien/Verlage.

In der onlinebasierten Marktforschung zählt INNOFACT zu den erfahrensten Anbietern in Europa. Bereits seit 1998 werden über das Internet Marktforschungsstudien durchgeführt. Über verschiedene institutseigene Onlinepanels besteht direkter Zugriff auf alle relevanten Verbraucher- und B2B-Zielgruppen. So sind zum Beispiel im Consumerpanel www.meinungsplatz.de in Deutschland über 70.000 Verbraucher identitätssicher registriert.

INNOFACT beschäftigt an den Standorten Düsseldorf, München und Lengerich (IT-Center) 20 Mitarbeiter und bundesweit rund 400 freie Kräfte für Telefon- oder Face-to-face-Interviews.

News-ID: 64403 • Views: 2690 (Stand: 04.08.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/64403/Brockhaus-und-Rowohlt-bekannteste-deutsche-Verlagsmarken.html>