

26.10.2015 - 09:18 Uhr

Nielsen und GfK starten Kooperation in der Buchbranche

Nürnberg/Baden-Baden (ots) -

Starke Partnerschaft für starke Datenqualität: Zwei der führenden Marktforschungsinstitute weltweit, Nielsen und GfK, werden im Buchsektor zukünftig gezielt zusammenarbeiten. Diese Vereinbarung geben die beiden Unternehmen im Anschluss an die Frankfurter Buchmesse bekannt. Die neue Kooperation ist ein Meilenstein innerhalb der internationalen Buchmarktforschung. Sie soll den Kunden dabei helfen, länderübergreifende Trends zu identifizieren und Marktentwicklungen noch genauer zu beobachten. GfK und Nielsen ermitteln in vielen Ländern seit Jahrzehnten Verkaufs- und Konsumentendaten über sämtliche Absatzwege hinweg.

Kern der Kooperation bilden Kennzahlen des weltgrößten Publikumsmarktes USA sowie des zweitgrößten europäischen Buchmarktes Großbritannien. Diese von Nielsen erhobenen Brancheninformationen werden in die GfK-Datenbanken integriert und Kunden über die angeschlossenen Webtools bereitgestellt. Sie liefern einen wertvollen Überblick über Bestseller, Top-Themen und Erfolgsautoren unterschiedlicher Genres und ermöglichen Rückschlüsse auf Verkaufsbewegungen in anderen Ländern wie Deutschland, Österreich und der Schweiz.

Dr. Mathias Giloth, Geschäftsführer GfK Entertainment: "Welche Bücher aus UK haben Bestsellerchancen in Deutschland? Welcher Hype schwappt aus den USA rüber? Angesichts des globalen Erfolgs von Titeln wie "Girl on the Train" oder "Gregs Tagebuch" treiben solche Fragen die Branche um, denn der Buchhandel ist im Wandel. Wir freuen uns, in einem zunehmend internationalisierten Marktumfeld für mehr Überblick zu sorgen. Die Verbindung der Daten von Nielsen und GfK bietet dafür eine entscheidende Grundlage."

Jonathan Stolper, SVP und Global Managing Director von Nielsen Book: "Nachdem wir über einen langen Zeitraum eigenständig tätig waren, ist die Zusammenarbeit mit GfK nun ein spannender neuer Schritt für uns. Wir hoffen, dass wir bestehende und neue Kunden mit einem starken Serviceangebot überzeugen können. Das Ziel dabei ist, unseren Kunden Marktdaten zur Verfügung zu stellen, die deren Geschäftsanforderungen unabhängig von ihrem Standort gerecht werden. Wir gehen davon aus, dass die Einbeziehung angloamerikanischer Marktdaten in die GfK-Module den Beginn einer langfristigen Zusammenarbeit zwischen Nielsen und GfK im Bereich der Buchforschung markiert."

Kontakt:

Dr. Mathias Giloth, Geschäftsführer GfK Entertainment:
mathias.giloth@gfk.com

Hans Schmucker, Specialist Communications, GfK Entertainment:
hans.schmucker@gfk.com

Jonathan Stolper, SVP & Global Managing Director, Nielsen Book:
Jonathan.Stolper@nielsen.com

Mo Siewcharran, Director of Marketing & Communications, Nielsen Book
International:
Mo.Siewcharran@nielsen.com

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100057212/100779586> abgerufen werden.