

# **Buchmarkt China**

# **2025**

**Deutsches Buchinformationszentrum Peking**

## Vorwort

Jährlich im April veröffentlicht das BIZ Peking einen Bericht über den chinesischen Buchmarkt in deutscher Sprache, die letzten fünf Ausgaben finden sich zum Download [hier](#). Inhaltlich bieten diese Berichte eine Analyse der Veränderungen auf dem chinesischen Buchmarkt im vergangenen Jahr sowie einen Blick auf Kennzahlen und Details wie Marktgröße, Vertriebskanäle, Bestseller, Lizenzhandel und marktführende Verlage.

Die Wachstumsraten, die der chinesische Buchmarkt in den 20 Jahren vor der Pandemie erzielte, ließen sich nicht aufrechterhalten und besonders in den letzten 3 Jahren nach Ende der Pandemie sind die Verluste augenscheinlich. 2025 erreichte der Buchmarkt gerade einmal 86 % seines Volumens von 2019. Der Publikumsmarkt sank durchschnittlich mit einer Rate von etwa 10 %, ein starker Kontrast zu den 10-prozentigen Steigerungsraten, die in den 5 Jahren vor 2019 jährlich erzielt wurden und ein eindeutiger Hinweis auf die gedrückte Marktstimmung. Die statistischen Kennzahlen, die sich in Branchenberichten veröffentlichen lassen, werden auf diese Weise immer weniger.

In diesem Licht konzentriert sich der diesjährige Bericht *Buchmarkt China 2025* auf eine Analyse der wichtigsten Zahlen und Themen des Vorjahres. Auf jene Aspekte der Marktentwicklung, die in den letzten beiden Jahren ausführlich behandelt wurden und die keinen besonders nennenswerten Veränderungen unterlagen, wird hier nicht im Detail eingegangen. Am Ende des Berichts steht, wie auch bereits in den Jahren zuvor, eine vom BIZ kuratierte Auswahl von Neuerscheinungen deutscher Titel in chinesischer Übersetzung aus dem Jahr 2025, zur besseren Veranschaulichung der Zusammenarbeit und des aktuellen Austauschs zwischen der deutschen und der chinesischen Buchbranche.

Die Marktberichte der vorangegangenen beiden Jahre griffen unter anderem die unten stehenden Schwerpunkte auf, bei Bedarf lassen sich diese jederzeit unter dem oben angegebenen Link einsehen:

### *Schwerpunkte Buchmarkt China 2024*

- Statistische Kennzahlen des Buchmarkts in Mayang und Shiyang
- Fokus auf Funktionalität und Rabattstrukturen des Kinderbuchmarkts
- Preisgestaltung und Rabatte
- Gründe für den anhaltenden Marktabschwung
- Vor- und Nachteile der Diversifizierung der Vertriebskanäle
- Traditionelle Geschäftsmodelle der Verlage und ihr Hintergrund

### *Schwerpunkte Buchmarkt China 2023*

- Branchenstatistiken und deren Besonderheiten
- Einfluss von Kurzvideoplattformen auf die Buchbranche
- Unterschiede bei Rankings und Bestsellern verschiedener Vertriebskanäle
- Digital Reading, E-Books, Onlineliteratur
- Hörbücher, Audiomarkt und Podcasts

## **Buchmarkt China 2025**

Im vergangenen Jahr vollzog der chinesische Verbrauchermarkt eine grundlegende Veränderung von einem grobmaschigen, händlerzentrierten System hin zu einem digitalen, präzise auf die jeweiligen Kund\*innen ausgerichteten Geschäftsmodell. RESET lautet das Schlüsselwort: Ein Neustart, der auch die Werthaltungen der Konsument\*innen, Technologien und den Markt einschließt und auf den Einfluss eines Zeitenwandels, neuer Technologien und Kapitalströme zurückzuführen ist.

2025 steht die chinesische Buchbranche vor noch größeren Herausforderungen. Immer offensichtlicher wird, wie wenig das traditionelle Entwicklungsmodell der Buchbranche mit dem aktuellen Zeitgeist vereinbar ist. Was der Buchmarkt zurzeit durchlebt, ist ein harter „Winter“ der Neuordnung einer ganzen Branche. Das Geschäftsmodell der Verlage, mit seiner Vielfalt an Titeln, den hohen Rabatten, günstigem Marketing und langen Verkaufszyklen, kann mit der Geschwindigkeit des Marktes nicht mehr mithalten. Der anhaltende Rückgang des Buchmarkts ist zum Teil äußeren Einflüssen geschuldet, wie einer sinkenden Geburtenrate, Veränderungen in den Konsumpräferenzen und Vertriebskanälen. Schwerer als diese wiegt jedoch das Erbe chronischer Strukturprobleme, das die Buchbranche plagt. Das Zusammenspiel all dieser Faktoren führte in den letzten beiden Jahren zur Eskalation.

## **Anhaltender Abwärtstrend**

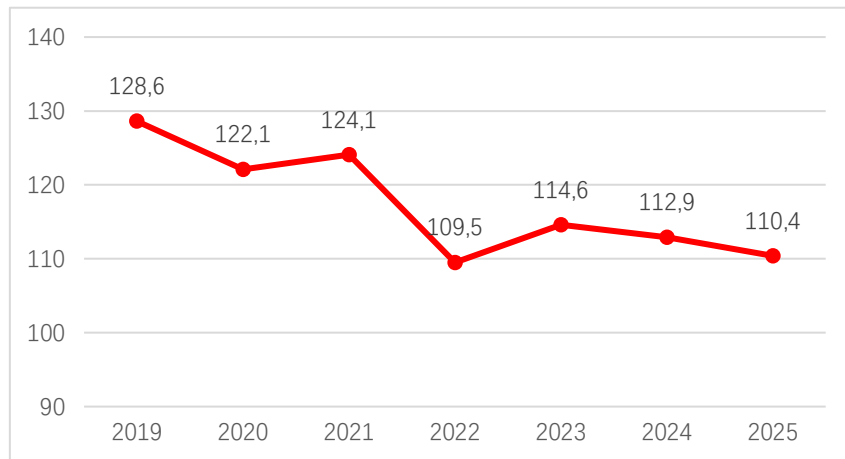
### **Gesamtmarktvolumen**

Zahlen aus dem *Bericht zum chinesischen Bucheinzelhandel 2025*, den der Branchendienstleister Open Book (开卷) im Januar 2026 veröffentlichte, weisen für das Jahr 2025 ein Mayang-Gesamtvolumen von 110,4 Mrd. CNY aus. Im Vorjahresvergleich sank das

Gesamtvolumen gemessen in Mayang<sup>1</sup> um 2,24 %, gemessen in Shiyang um 3,8 %.

### Marktvolumen in Mayang seit 2019

(Eigene Darstellung, Datenquelle: OpenBook; Zahlen in Mrd. CNY)



Daten von Centrin (中金易云) weisen für 2025 ein Mayang von 98,71 Mrd. CNY für den gesamten chinesischen Buchmarkt aus, was einem Rückgang von 11,2 % entspricht. Ohne die Kategorie der Lehrwerke und Lernmittel, deren Nachfrage als unelastisch gilt, beträgt der Rückgang aller anderen Sparten gemessen in Mayang sogar 14,65 %. Dieser Wert deckt sich nach Einschätzung einzelner Verlage eher mit der erlebten Realität als die von Open Book angeführten 3,8 %.

### Vertriebskanäle

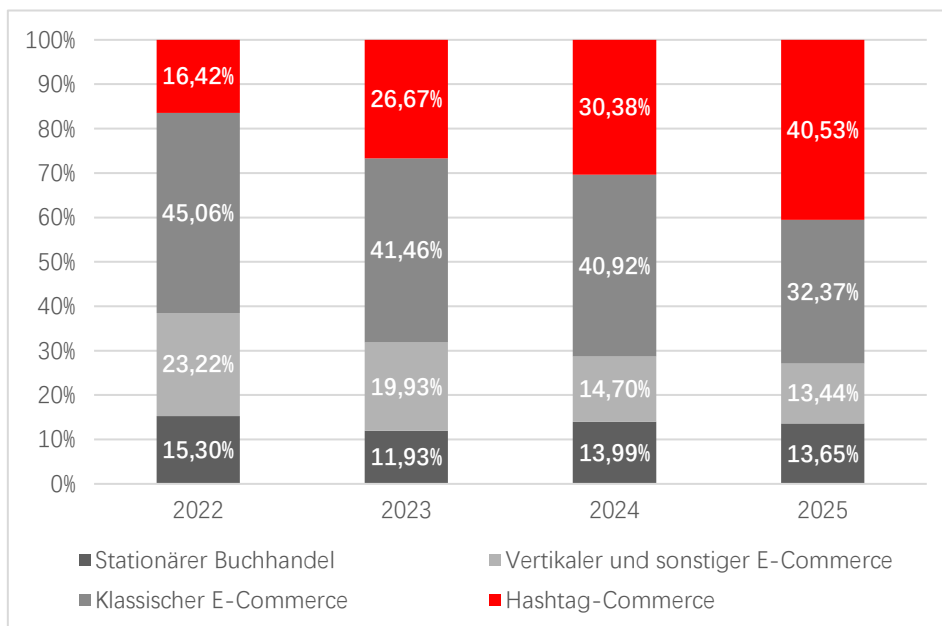
Betrachtet man die einzelnen Vertriebskanäle, so wuchs das Geschäft der Händler im Hashtag-Commerce um 30,43 %. Dies entspricht 40,53 % des gesamten Einzelhandels und macht den Hashtag-Commerce damit erstmals zum größten Einzelvertriebskanal. Vertreter des Hashtag-Commerce (auch: Content-E-Commerce) sind Händler auf Social-Media-Plattformen wie Xiaohongshu/Red Note (小红书), Douyin/TikTok (抖音), Kuaishou (快手) und WeChat-Videokanälen, die User\*innen durch visuell und emotional reizvolle Inhalte

<sup>1</sup> Die Verwendung des „Mayang“ (码洋) als Hauptindikator hat in der chinesischen Buchbranche eine lange Tradition; Datenerfassung und vergleichende Analysen der Branche beruhen grundsätzlich auf diesem Wert. Der Wert des Mayang entspricht der Summe der jeweiligen Listenpreise der Bücher (= Preis × Menge), während der tatsächlich erzielte, diskontierte Umsatzbetrag als realer Shiyang (实洋) bezeichnet wird (= Mayang × Diskontsatz). Soll also der tatsächlich erzielte Umsatzwert ermittelt werden, muss der Mayang erst mit dem durchschnittlichen Diskontsatz multipliziert werden.

ansprechen und zum Kauf anregen.

Der Anteil klassischer E-Commerce-Plattformen (POP-Modus, Plattform Open Plan) am Gesamtmarkt betrug 32,37 %, ein Rückgang von 22,67 %. Vertikaler E-Commerce (wie das Eigengeschäft mit Büchern von Onlineplattformen wie Dangdang und JD.com) und andere Onlinehändler halten mit einem Anteil von 13,44 % um 10,63 % weniger Marktvolumen als noch im Jahr zuvor. Der Anteil des stationären Buchhandels betrug 13,65 %, das entspricht einem Minus von 4,63 %. Diese drei Vertriebskanäle werden üblicherweise auch als „Regalverkauf“ zusammengefasst: Präsentation und Verkauf erfolgen vor allem über Produktregale, in denen die Waren ausgestellt oder aufgelistet werden. Leser\*innen blättern und suchen aktiv nach Titeln, die sie kaufen wollen – im Unterschied zu dem eher passiven Modell des Hashtag-Commerce, in dem Inhalte und Produkte empfohlen bzw. „gepusht“ werden. Das Volumen aller dem Regalverkauf zugehörigen Vertriebswege sank um 16,5 %. Dieser Wert spiegelt den tatsächlichen Umsatzrückgang vieler Verlage in angemessener Weise wider.

Marktanteile der einzelnen Vertriebskanäle in den letzten vier Jahren

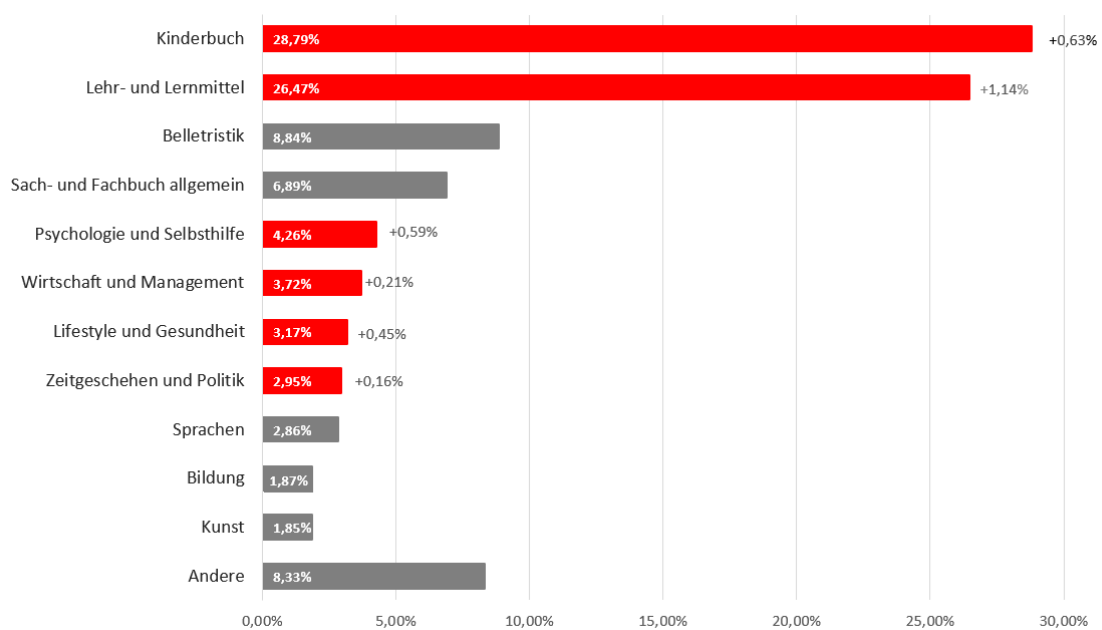


### Umsatzanteile nach Warengruppen

Betrachtet man die einzelnen Kategorien, so entfallen die größten Umsatzanteile auf das Kinderbuch mit 28,79 %, auf Lehrbücher und Hilfsmittel mit 26,47 % sowie auf Belletristik mit 8,84 %.

In sechs Kategorien wurde Umsatzwachstum erzielt: Das Kinderbuch wuchs um 1,23 %, Wirtschaft und Management um 6,21 %, Zeitgeschehen und Politik um 7,24 %, Psychologie und Selbsthilfe um 13,57 %, Lifestyle und Gesundheit um 17,26 % und Computer/Informatik um 24,31 %.

Umsatzanteile der Warengruppen 2025, Wachstumsraten der Mayang-Werte im Jahresvergleich



### Neuerscheinungen

Laut Open Book waren im Jahr 2025 insgesamt 2 270 000 Titel lieferbar bzw. aktiv im Verkauf. 198 000 dieser Titel waren Neuerscheinungen, ein Anteil von 8,8 % am Gesamtsortiment, der allerdings 23,2 % der Umsätze im Bucheinzelhandel erwirtschaftete. Gegenüber 2024 stieg die Zahl der Neuerscheinungen um mehr als 6300 Titel. Nach Kategorien waren dabei geistes- und sozialwissenschaftliche Titel am stärksten vertreten mit 56 800, gefolgt von Naturwissenschaften und Technik mit 43 100 Werken sowie Lehrbüchern und Lernmitteln mit 39 500 Neuerscheinungen.

Betrachtet man den Publikumsmarkt im Detail, so zählen Kinderbuch, Belletristik, Psychologie/Selbsthilfe sowie Management unter den Neuerscheinungen zu den am besten verkauften Titeln, anteilmäßig machen sie jeweils über 5 % am Gesamtumsatz-Mayang der Neuerscheinungen im Einzelhandel aus. Einzeltitel der Kategorie Psychologie und Selbsthilfe wiesen dabei die höchste Vertriebs-effizienz auf: 0,93 % der veröffentlichten

Neuerscheinungen fielen in diese Kategorie, mit der 6,69 % des Gesamtumsatzes erzielt wurden.

Vergleicht man die Vertriebszahlen für Neuerscheinungen über die unterschiedlichen Distributionskanäle hinweg, so ergibt sich folgendes Bild: Über den stationären Buchhandel wurden 176 000 Titel vertrieben, das waren 11,77 % der insgesamt in den physischen Buchhandlungen umgesetzten Titel. Dies ist der größte und wesentliche Vertriebsweg für Neuerscheinungen, in Zahlen ausgedrückt wurden 88,81 % aller verkauften Neuerscheinungen über den stationären Buchhandel vertrieben. Über die E-Commerce-Plattformen wurden 126 000 Titel verkauft, über vertikale und restliche Onlinehändler 114 000 Titel. Von den Händlern im Hashtag-Commerce wurden nur 19 000 neuerschienene Titel verkauft.

Die Zahl der Neuerscheinungen mag den Statistiken zufolge insgesamt wohl gestiegen sein. Darunter befinden sich jedoch auch in großer Anzahl Bücher, die in hoher Quantität produziert werden, aber von niedriger Qualität sind: Dazu gehören sogenannte Paid Traffic-Titel, die als reine Marketinginvestition gezielt Nutzerzahlen generieren (投流书), gemeinfreie lizenzfreie Werke und Trend- bzw. Mitläufertitel, die ausschließlich verfasst sind, um von einem aktuellen Trend zu profitieren.

Bei vielen Neuerscheinungen besteht ein Missverhältnis zwischen Angebot und Nachfrage; allzu oft gelingt es nicht, Leser\*innen effektiv mit dem vorhandenen Angebot zu erreichen. In diesem Zusammenhang lässt sich beispielhaft die Einschätzung eines erfahrenen Verlegers anführen, der folgende Meinung vertrat: Die aktuellen Probleme der Buchbranche seien im Kern nicht auf einen Mangel an Bereitschaft durch die Leser\*innen zurückzuführen, sondern auf einen Mangel an guten Büchern und das fehlende Vermögen der Verlage, die vielschichtigen Bedürfnisse der Leser\*innen zu befriedigen. Es sei notwendig, dass Verlage in dieser Hinsicht eine selbstkritischere Haltung einnehmen.

Die Verlage befinden sich jedenfalls in einer Situation stetig schrumpfenden Marktvolumens und sinkender Bruttomargen, einer Situation also, die Kostenkontrolle zu einer Priorität macht. Die meisten Verlage entschieden sich 2025 dafür, eine kleinere Anzahl neuer Titel zu produzieren, ob nun, indem sie ältere Titel neu auflegten oder indem sie gemeinfreie Werke verlegten, um das Risiko zu verringern. Viele renommierte Verlage mit langjähriger Erfahrung am Publikumsmarkt haben die Anzahl ihrer Neuerscheinungen bereits halbiert. Damit einher geht aufgrund der höheren Fixkosten von Lizenztiteln auch eine Verringerung der Lizenzimporte.

## Preisentwicklung

Statistiken von Centrin zufolge betrug der durchschnittliche Buchpreis über den gesamten Buchmarkt hinweg berechnet 48,90 CNY, das entspricht einer Steigerung von 2,95 % im Vorjahresvergleich. Abgesehen von Naturwissenschaften und Technik stiegen die Durchschnittspreise in allen wesentlichen Kategorien, wobei mit einem Plus von 11,21 % der größte Anstieg unter den sozialwissenschaftlichen Titeln zu beobachten war.

## Vielfalt im Kinderbuch

28,79 % betrug der Umsatzanteil der Kategorie Kinder- und Jugendbuch im Jahr 2025, das ist ein Anstieg von 0,63 Prozentpunkten im Jahresvergleich, bei über 330 000 lieferbaren Titeln. Der durchschnittliche Rabatt beträgt in dieser Kategorie 53 %; er ist damit höher als der Durchschnittsrabatt des Gesamtmarkts, der 42 % beträgt. Tendenziell steigt diese Rabattrate weiter.

Ein Blick auf die einzelnen Unterkategorien zeichnet folgendes Bild: Das größte Umsatzvolumen generiert weiterhin die Sparte Kindersachbuch und Lexika. Seit diese im Jahr 2021 die Kinderbuchliteratur überholt hat, hält sie sich stabil an der Spitze. Die Anteile dieser Warengruppe steigen stetig und erreichten 29,27 % im Jahr 2025. Psychologische Ratgeber und Selbsthilfebücher für soziale und emotionale Kompetenz für Kinder und Jugendliche weisen ebenfalls steile Wachstumsraten auf, sie wuchsen von 2,02 % im Jahr 2020 auf 9,07 % im Jahr 2025. Die im Vergleich weniger funktionale Kinderbuchliteratur und Bilderbücher sanken anteilmäßig in den letzten Jahren kontinuierlich von zusammengerechnet 41,16 % im Jahr 2020 auf 31,71 % im Jahr 2025.

„Funktionale“ Bücher, die auf offensichtlichere Weise einen gewissen Zweck erfüllen, wie psychologische Ratgeber, populäre Sachbücher und Lexika, erreichen über die algorithmischen Empfehlungssysteme im Hashtag-Commerce mehr Aufmerksamkeit und bessere Platzierungen. Titel, die gesellschaftliche Trends aufgreifen und direkt auf die Ängste der Eltern im Zusammenhang mit Bildung und Erziehung eingehen, lassen sich in Kombination mit der Sogwirkung attraktiver Rabatte leichter zu sehr erfolgreichen Verkaufsschlägern machen. Der Regalverkauf andererseits bleibt weiterhin ein stabiler Absatzkanal für Bilderbücher und Kinderbuchliteratur und lässt sich auch als Verkörperung eines rationaleren Lesekonsums verstehen.

Die jeweils spezifische Vertriebslogik des Regalverkaufs – *aktives Suchen* – und des Hashtag-Commerce – *algorithmische Empfehlung* – haben den Markt in zwei Bereiche gespalten, die

sich in ihrer Betriebslogik stark unterscheiden. Vergleicht man beispielsweise die Bestsellerlisten der Kategorie Kinderbuch im Regalverkauf mit den 100 meistverkauften Kinderbuchtiteln des Hashtag-Commerce, so gibt es kaum Überschneidungen. Gerade einmal 5 Titel schafften aus auf beide Listen, die restlichen 190 Werke jeweils nur auf eine der beiden. Im Hashtag-Commerce finden sich aus dem stärksten Subgenre der Kinderratgeber 38 Titel sowie 25 Kindersachbücher/Lexika und 10 Titel der Kategorie Manga und Comic. Im Regalverkauf stehen 40 Kindersachbücher unter den Top 100 sowie 30 Titel der Kinderbuchliteratur, 16 Bilderbücher und nur ein einziger Titel aus dem Genre der Kinderratgeber.

Der Kinderbuchmarkt bleibt in der Zukunft das vielversprechendste Segment, Bücher für junge Leser\*innen sind dem chinesischen Buchmarkt nach wie vor eine wichtige Stütze. Kinderbuch sowie Lehrbücher und Lernmittel machen gemeinsam knapp 60 % des chinesischen Bucheinzelhandels aus. Wenn auch die Geburtenrate eindeutig sinkt, so sind die über 100 Millionen 3-15-Jährigen auch in den nächsten 10 Jahren eine Zielgruppe von beachtlicher Größe; der Bedarf dieser Kundengruppe an gedruckten Büchern ist stabil. Einige nicht-professionelle Kinderbuchverlage ziehen sich nach dem rapiden Einbruch der letzten Jahre bereits sukzessive zurück – die am Markt verbliebenen Verlage aber produzieren hohe Qualität in beschränkter Quantität.

### **Warum der Markt immer weiter schrumpft**

*Wie hoch ist der Verlust in diesem Jahr?* Dies war der Satz, der 2025 zu einer Grußformel unter Buchmenschen und Verlagsleuten avancierte. Umsatzrückgänge gehörten zum Normalzustand; Verlage, die davon nicht betroffen waren, befanden sich in einer geringen Minderzahl. Für das Jahr 2024 weisen die Statistiken 20 von 28 börsennotierten Unternehmen der chinesischen Buchbranche in ihrem Kerngeschäft (Verlagswesen, Druck, Vertrieb) mit sinkenden Einnahmen unterschiedlichen Ausmaßes aus und dieser Trend setzte sich auch in den ersten drei Quartalen 2025 weiter fort. Legt man alle Zahlen des Jahres 2025 auf den Tisch, so muss man sich eingestehen: Vor uns liegt keine zyklische Schwankung, kein Einzelfall; die Vertriebslogik des traditionellen Verlagswesens, die da wäre „Produktion der Waren – Aufbau von Vertriebskanälen – Vermarktung durch Rabatte“ ist heute überholt.

Angesichts der nunmehr vorherrschenden Allgegenwärtigkeit großer LLM-Modelle, des Generationenwechsels unter den Konsument\*innen und einer Fragmentierung der Vertriebskanäle stellt sich den Verlagen nicht länger die Frage, wie sich ihre Bücher verkaufen

lassen, sondern eine Existenzfrage nach Identität und Mehrwert. Die Transformation des traditionellen Verlagswesens hinkt jener der digitalisierten Gesellschaft Chinas weit abgeschlagen hinterher; wo die Gesellschaft längst in ein neues Zeitalter eingelaufen ist, spazieren die traditionellen Verlage im Takt des vorigen Jahrhunderts hinterdrein.

Schuld an dieser misslichen Lage sind keine äußeren Einflüsse, nicht die Onlinehändler, nicht die Kurzvideoplattformen oder KI-Modelle. Die Verlage selbst haben sich durch Pfadabhängigkeit, durch das Festhalten an der Routine und institutionelle Trägheit in diese Situation manövriert. Die lang anhaltende Monopolstellung der staatlichen Verlage verschaffte diesen ein Gefühl der Sicherheit, verschleierte jedoch gleichzeitig ihre defizitäre Wettbewerbsfähigkeit. Eine auf Größe und expansives Wachstum ausgerichtete Unternehmensphilosophie ist tief im Gesamtsystem der Buchbranche verwurzelt. Zwischen der Produktion von Inhalten, der Unternehmensführung und den institutionellen Strukturen der meisten Verlage und der Kundennähe, Orientierung an Daten und Betriebsausrichtung, die unser digitales Zeitalter notwendig gemacht hat, besteht eine Kluft.

### **Der Weg ist steinig, die Zukunft rosig**

#### **Onlineliteratur: New Adult auf Chinesisch**

Liebesromane, Urban Workplace Fiction und Fantasy sind die drei wichtigsten Themen und Genres der Onlineliteratur. Der im Juli 2025 von der China Audio-video and Digital Publishing Association veröffentlichte *Jahresbericht 2024 zur Entwicklung der chinesischen Onlineliteratur* beziffert die Einnahmen des chinesischen Onlineliteraturmarkts mit 49,55 Mrd. CNY (+29,37 %). Diese Umsätze beinhalten Subskriptionen, Werbeeinnahmen und Lizenzeinnahmen.

Das Umsatzvolumen des Onlineliteraturmarkts stieg innerhalb von 5 Jahren zwischen 2020 und 2024 von 24,98 Mrd. CNY auf 49,55 Mrd. CNY, das entspricht einer Wachstumsrate von 98,36 % und einer durchschnittlichen jährlichen Wachstumsrate von 18,68 %. Umsätze auf Auslandsmärkten erreichten 4,815 Mrd. Yuan (+10,68 %).

Eine Gesamtzahl von 42,1 Mio. Werken der Onlineliteratur war im Jahr 2024 verfügbar, das sind um 4,2 Mio. Werke mehr als im Jahr zuvor (+11,19 %). Auf Plattformen der Onlineliteratur waren insgesamt 30,3 Mio. Autor\*innen registriert (+3,44 %). Die Zahl der Nutzer\*innen lässt sich mit 638 Mio. Leser\*innen beziffern (+16 %).

Das starke Wachstum der Onlineliteratur bildet einen auffälligen Kontrast zum anhaltenden

Abschwung des traditionellen Buchmarkts. Die Onlineliteratur steht als Hauptfigur innerhalb eines sich wandelnden Kulturkonsums des „Pan-Entertainment“ im Mittelpunkt, von Digital Reading und Audio-Werken über Games und Literaturverfilmungen bis hin zur Produktion von Miniserien, denn sie passt sich schnell an jeden Trendwandel des Marktes an. Innerhalb der letzten mehr als 20 Jahre hat die Onlineliteratur einen Produktionsmechanismus für originale Werke geschaffen, der Bezahlmodelle für Digital Reading, ein System für professionelle Autor\*innen und Feedback der Leser\*innen in Echtzeit umfasst. Das Ergebnis ist Literaturproduktion im großen Stil auf der Basis einer Gemeinschaftsökonomie der Leser\*innen. Die Leser\*innen nehmen durch Rezensionen, Kommentare und Belohnungen aktiv an Schöpfungsprozessen teil und damit entwickeln sich starke Lesegemeinschaften und Fangemeinden. Besonders populäre Texte der Onlineliteratur werden als gedruckte Bücher, Filme und Serien, Games und Anime adaptiert, wodurch ein integratives IP-basiertes System entsteht.

### **Hoffnungsträger Comicbuch**

Verkaufszahlen der Kategorie Comic und Manga stiegen im letzten Jahr laut *Weißbuch Trends Chinesischer Comic 2025* sprunghaft um 60 % im Vergleich zum Vorjahr. Diese Zahl liegt weit über dem Gesamtniveau des restlichen Marktes. 40 % der Umsätze lassen sich dabei Themen der traditionellen chinesischen Kultur zuschreiben, 30 % dem populär-geschichtswissenschaftlichen Genre Comic+Wissen und 30 % werden von Inhalten generiert, die auf Anime-IP basieren, wobei sich IP-Klassiker wie *Detektiv Conan* und *Naruto* in Form von Sammlerausgaben weiter großer Beliebtheit erfreuen.

45 % der im Jahr 2025 auf JD.com abgesetzten Comics und Manga waren Lizenztitel. Schlüsselte man diese Titel wiederum nach Ländern und Regionen auf, so stammten 85 % aus Japan und 15 % aus Europa und den USA. Betrachtet man die einzelnen Altersgruppen, so entfielen 35 % auf die Zielgruppe der 12- bis 18-Jährigen und 40 % auf die Gruppe der 18- bis 25-Jährigen. Der Anteil an weiblichen Leserinnen liegt bei 40 %. Ein *2024-2025 Marktbericht zur Goods-Wirtschaft in China* des iiMedia Research (艾媒咨询) beziffert den chinesischen Markt für „Goods“ mit 168,9 Mrd. CNY. Der Begriff „Goods“ (谷子, als eine Art spielerische Lautanlehnung) bezieht sich auf Merchandise mit Elementen populärer Kultur wie Anime und Games.

### **Verordnung zur Leseförderung soll den Markt ankurbeln**

Im Dezember 2025 verabschiedete die Regierung eine *Allgemeine Verordnung zur*

*Leseförderung*, die mit 1. Februar 2026 in Kraft trat. Zum ersten Mal wird damit eine administrative Vorschrift implementiert, die sich dem Lesen widmet.

Dieser Schritt markiert eine neue Phase der allgemeinen Leseförderung, die über „weiche“ Leitlinien und politische Empfehlungen hinausgeht und gesetzlich verankert ist. Leseförderung ist dadurch mehr als ein bloßer Slogan, sie wird zu einer wichtigen staatlichen Institution. Ein Ziel dieser Maßnahme ist es, China als kulturelle Großmacht zu etablieren, außerdem lässt sich darin eine Antwort auf die steigenden Ansprüche der Bevölkerung an ein erfüllendes geistiges und kulturelles Leben erkennen. Die Behörden, so scheint es, sehen zwischen Lesekompetenz, kulturellem Selbstbewusstsein und zukünftigem nationalen Entwicklungspotenzial einen direkten Zusammenhang. Wird einer Angelegenheit von staatlicher Ebene her Priorität zuerkannt, dann beschleunigt dies die Umsetzung von Maßnahmen in China erheblich.

### **Abschließende Anmerkung**

Der seit drei Jahren anhaltende Abschwung des chinesischen Buchmarkts lässt sich weder auf einen Mangel an Leser\*innen noch auf ein etwaiges Ende der Buchbranche zurückführen. Die Logik, die seit langer Zeit die Entwicklung der Branche bestimmt hatte, befindet sich vielmehr in einem radikalen Umbruch. Dieser Wandel betrifft die gesamte Branche und er wird jene Teilnehmer vom Markt ausschließen, die an einem überholten Modell festhalten wollen. Diese turbulenten Verwerfungen zwingen die Verlage jedoch nur zu etwas längst Überfälligem.

Zwischen der betrieblichen Effizienz der meisten Verlage, dem Modernisierungsgrad ihres Managements und dem Entwicklungsstand der allgemeinen Gesellschaft besteht ein enormes Gefälle. Darin ist einerseits eine wesentliche Schwachstelle der chinesischen Buchbranche zu sehen, gleichzeitig aber ein Potenzial, das sich in der Zukunft erschließen lässt. In diesem kontinuierlich rückläufigen Markt haben bereits Dutzende Verlagsfirmen in der Praxis bewiesen, dass auch das traditionelle Verlagswesen die digitale Welle erfolgreich reiten kann. Voraussetzung dafür ist die Bereitschaft, sich von überholten Mustern und Strukturen zu lösen, Nutzerbedürfnisse in den Mittelpunkt zu stellen, mit vorhandenen Technologien Geschäftsmodelle zu verändern, den Wert der eigenen Produkte durch Dienstleistungen neu zu gestalten und sich selbst als „Wissensdienstleister“ eher denn als „Contentprovider“ zu definieren. Transformation und Wandel lassen sich auf vielerlei Weisen bewältigen – zum Beispiel durch Kostensenkung und Steigerung der Effizienz, präzises

Management, Aufbau eines eigenen Vertriebssystems, Konzentration auf spezifische Marktsegmente, Orientierung an spezifische Zielgruppen und Agilität.

Auf dem chinesischen Markt besteht eine stabile und immens große potenzielle Nachfrage nach Dienstleistungen und Angeboten für Leser\*innen. Die unelastische Nachfrage nach unverzichtbaren Produkten und jener potenzielle Bedarf, der durch neues Wachstum entsteht, stützen diesen Markt langfristig. Jene Verlage, die wirksam umstrukturiert bzw. Änderungsmaßnahmen umgesetzt haben, können wieder weitere Schritte zur Verbesserung setzen und wachsen auch jetzt bereits, gegen den Branchentrend. Das Wachstum der chinesischen Buchbranche wird von der Managementkompetenz einer noch größeren Zahl von Verlagen abhängen. Das BIZ blickt optimistisch in die Zukunft und freut sich, Ihnen auch in Zukunft über weitere spannende Entwicklungen berichten zu dürfen.

### **Ausgewählte Quellen**

Buchmarkt China 2025 – Trends und Besonderheiten

[https://mp.weixin.qq.com/s/jhPj6qLBUGkdpmk\\_tasMlw](https://mp.weixin.qq.com/s/jhPj6qLBUGkdpmk_tasMlw)

Umsatzbeitrag von Neuerscheinungen erreicht 10-Jahres-Hoch

[https://mp.weixin.qq.com/s/O\\_Jo3WRTR3ghM6vCMCODyw](https://mp.weixin.qq.com/s/O_Jo3WRTR3ghM6vCMCODyw)

Der Kinderbuchmarkt – Wachstum oder Abschwung?

[https://mp.weixin.qq.com/s/rx\\_RQeYdr1n9TYkN3siUAg](https://mp.weixin.qq.com/s/rx_RQeYdr1n9TYkN3siUAg)

*2024 Jahresbericht zur Entwicklung der chinesischen Onlineliteratur*

<https://mp.weixin.qq.com/s/ZaGLw6536royOmLXGgWyCw>

*Weißbuch zu Trends im Comic-Konsum in China*

[https://mp.weixin.qq.com/s/5Nf5DEEbVPQFdgjK\\_eHovw](https://mp.weixin.qq.com/s/5Nf5DEEbVPQFdgjK_eHovw)

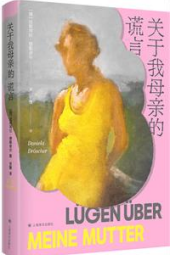







## Deutsche Neuerscheinungen in chinesischer Übersetzung Auswahlliste 2025

Etwa 1000 neue und neu aufgelegte deutsche Titel in chinesischer Übersetzung finden jedes Jahr auf den chinesischen Buchmarkt. Diese decken eine breite Palette von Genres ab, wie unter anderem Literatur, Sozialwissenschaften, Ratgeber, Wissenschaft und Technik, Kunst, Bildung sowie Kinderbuch.

Aus diesen Werken erstellte das Buchinformationszentrum (BIZ) Peking eine Liste mit knapp 120 Neuerscheinungen aus dem Jahr 2025. Die meisten Titel darunter wurden das erste Mal ins Chinesische übersetzt. Das BIZ will damit die Vielfalt der Lizenzkooperationen aufzeigen, die bereits bestehen. Außerdem sollen so die neu übersetzten Werke einem größeren Publikum an Leser\*innen und Institutionen in China besonders empfohlen werden, denn diese bedürfen im Vergleich zu bereits bekannten Bestsellern verstärkter Förderung.

Die Informationen in dieser Liste beruhen vorwiegend auf eigener Online-Recherche und erheben keinen Anspruch auf Vollständigkeit. Sollten sich trotz aller Sorgfalt Fehler in die Liste eingeschlichen haben, so bitten wir um entsprechenden Hinweis und werden diese umgehend korrigieren. Gemeinfreie Werke wurden nicht in die Liste aufgenommen. Aus dem Englischen ins Chinesische übersetzte Titel wurden nicht berücksichtigt, auch wenn die Autor\*innen aus einem deutschsprachigen Land stammen.









## Belletristik

	<p>Autor*in: Daniela Dröscher          Titel dt.: Lügen über meine Mutter          Verlag dt.: Kiepenheuer &amp; Witsch          Titel cn.: 《关于我母亲的谎言》          Verlag cn.: 上海译文出版社          ISBN: 9787532776665</p>		<p>Autor*in: Katja Oskamp          Titel dt.: Marzahn, mon amour: Geschichten einer Fußpflegerin          Verlag dt.: Suhrkamp          Titel cn.: 《此生未尽》          Verlag cn.: 湖南文艺出版社          ISBN: 9787572623264</p>
	<p>Autor*in: Florian Illies          Titel dt.: Liebe in Zeiten des Hasses          Verlag dt.: S.Fischer          Titel cn.: 《仇恨年代的爱》          Verlag cn.: 人民文学出版社          ISBN: 9787020189991</p>		<p>Autor*in: Bernhard Schlink          Titel dt.: Abschiedsfarben          Verlag dt.: Diogenes          Titel cn.: 《告别的颜色》          Verlag cn.: 译林出版社          ISBN: 9787575304917</p>
	<p>Autor*in: Judith Hermann          Titel dt.: Daheim          Verlag dt.: S.Fischer          Titel cn.: 《在家》          Verlag cn.: 上海文艺出版社          ISBN: 9787532192861</p>		<p>Autor*in: Robert Seethaler          Titel dt.: Das Café ohne Namen          Verlag dt.: Ullstein          Titel cn.: 《无名咖啡馆》          Verlag cn.: 民主与建设出版社          ISBN: 9787513948210</p>
	<p>Autor*in: Tatjana Kruse          Titel dt.: Es gibt ein Sterben nach dem Tod          Verlag dt.: Haymon          Titel cn.: 《滞留人间 72 小时》          Verlag cn.: 北京联合出版公司          ISBN: 9787559682772</p>		<p>Autor*in: Brandon Q. Morris          Titel dt.: Die Störung 2: Die Antwort          Verlag dt.: Belle Epoque          Titel cn.: 《答案》          Verlag cn.: 上海译文出版社          ISBN: 9787532799275</p>

	<p>Autor*in: Brandon Q. Morris          Titel dt.: Die Störung 3: Die Wahrheit          Verlag dt.: A7L Thrilling          Titel cn.: 《真相》          Verlag cn.: 上海译文出版社          ISBN: 9787532799329</p>		<p>Autor*in: Uwe Neumahr          Titel dt.: Das Schloss der Schriftsteller          Verlag dt.: C.H. Beck          Titel cn.: 《作家城堡》          Verlag cn.: 新星出版社          ISBN: 9787513361675</p>
	<p>Autor*in: Hilde Domin          Titel dt.: Nur eine Rose als Stütze          Verlag dt.: S. Fischer          Titel cn.: 《只有一朵玫瑰支撑》          Verlag cn.: 华东师范大学出版社          ISBN: 9787576055375</p>		<p>Autor*in: Charlotte Müller          Titel dt.: Ein Haus mit vielen Fenstern          Verlag dt.: Kunstanstifter          Titel cn.: 《有许多窗户的房子》          Verlag cn.: 科学普及出版社          ISBN: 9787110109755</p>

## Kinder- und Jugendbuch

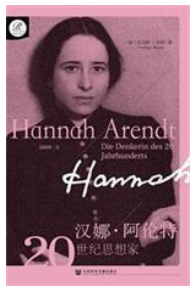
	<p>Autor*in: Britta Teckentrup          Titel dt.: Die Schaukel          Verlag dt.: Prestel          Titel cn.: 《秋千》          Verlag cn.: 新疆青少年出版社          ISBN: 9787537170031</p>		<p>Autor*in: Ilka Sokolowski, Steffen Walentowitz          Titel dt.: Miteinander in der Natur          Verlag dt.: mooses.          Titel cn.: 《大自然共生的秘密》          Verlag cn.: 二十一世纪出版社          ISBN: 9787556887439</p>
--	--	--	---

	<p>Autor*in: Yvonne Semken  Titel dt.: Der Brüller  Verlag dt.: Coppenrath  Titel cn.: 《大吼大叫的狮子王》  Verlag cn.: 江苏凤凰科学技术出版社  ISBN: 9787571352455</p>		<p>Autor*in: Daniel Napp  Titel dt.: Die Einschlafweltmeisterschaft der Tiere  Verlag dt.: Fischer Sauerländer  Titel cn.: 《谁是睡觉冠军》  Verlag cn.: 江苏美术出版社  ISBN: 9787574123410</p>
	<p>Autor*in: Dieter Braun  Titel dt.: Die Welt der Meere  Verlag dt.: Knesebeck  Titel cn.: 《海洋的世界》  Verlag cn.: 浙江教育出版社  ISBN: 9787572296994</p>		<p>Autor*in: Lidia Branković  Titel dt.: Das Grand Hotel der Gefühle  Verlag dt.: Hatje Cantz  Titel cn.: 《情绪大酒店》  Verlag cn.: 科学普及出版社  ISBN: 9787110109854</p>
	<p>Autor*in: Philipp Stampe  Titel dt.: Karneval der Tiere  Verlag dt.: Südpol  Titel cn.: 《动物百变嘉年华》  Verlag cn.: 广西师范大学出版社  ISBN: 9787559881663</p>		<p>Autor*in: Sandra Grimm, Lena Ellermann  Titel dt.: Woher kommen die Gefühle?  Verlag dt.: Carlsen  Titel cn.: 《生气了怎么办? 》  Verlag cn.: 上海社会科学院出版社  ISBN: 9787552048360</p>
	<p>Autor*in: Kirsten Traynor, Carim Nahaboo  Titel dt.: Der große Schwarm  Verlag dt.: Gerstenberg  Titel cn.: 《蜜蜂的新家》  Verlag cn.: 江苏凤凰科学技术出版社  ISBN: 9787571352318</p>		<p>Autor*in: Silke Schellhammer, Simona M. Ceccarelli  Titel dt.: School of Talents  Verlag dt.: Carlsen  Titel cn.: 《天才学校系列》  Verlag cn.: 湖南文艺出版社  ISBN: 9787572623301</p>

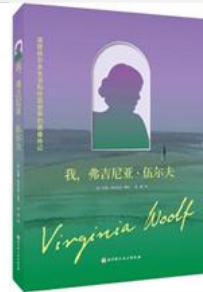
	<p>Autor*in: Jens I. Wagner, Cindy Fröhlich  Titel dt.: Timmi Tobbson  Verlag dt.: Ullmann Medien  Titel cn.: 《少年冒险探案王系列》  Verlag cn.: 湖南文艺出版社  ISBN: 9787572620973</p>		<p>Autor*in: Britta Teckentrup  Titel dt.: Die Schule  Verlag dt.: Jacoby &amp; Stuart  Titel cn.: 《我们的学校》  Verlag cn.: 北京科学技术出版社  ISBN: 9787571445423</p>
	<p>Autor*in: Britta Teckentrup  Titel dt.: Alle Wetter  Verlag dt.: Jacoby &amp; Stuart  Titel cn.: 《好脾气的天气和坏脾气的天气》  Verlag cn.: 北京科学技术出版社  ISBN: 9787571445416</p>		<p>Autor*in: Christoph Dittert, Björn Berenz  Titel dt.: Explorer Team  Verlag dt.: Arena  Titel cn.: 《探险小分队》  Verlag cn.: 广西师范大学出版社  ISBN: 9787559883858</p>
	<p>Autor*in: Daniel Bleckmann, Thomas Hussung  Titel dt.: KoboldKroniken  Verlag dt.: Oetinger  Titel cn.: 《哥布林世界奇幻笔记》  Verlag cn.: 天地出版社  ISBN: 9787545580822</p>		<p>Autor*in: Antje Szillat, Jan Birck  Titel dt.: Die Flätscher-Reihe  Verlag dt.: dtv  Titel cn.: 《臭鼬大侦探系列》  Verlag cn.: 上海文化出版社  ISBN: 2401453000084</p>
	<p>Autor*in: Ann-Katrin Heger, Dominik Rupp  Titel dt.: Die Heuboden-Bande  Verlag dt.: Loewe  Titel cn.: 《羊毛侦探社》  Verlag cn.: 电子工业出版社  ISBN: 9787121510977</p>		<p>Autor*in: Ulrich Janßen, Klaus Werner, Klaus Ensikat  Titel dt.: Kinder-Uni: hat der Weltraum eine Tür?  Verlag dt.: DVA  Titel cn.: 《儿童大学·宇宙》  Verlag cn.: 晨光出版社  ISBN: 9787571530211</p>

	<p>Autor*in: Katja Ludwig  Titel dt.: Krank? Gesund? In deinem Körper geht's rund!  Verlag dt.: Penguin Junior  Titel cn.: 《生病时你的身体发生了什么》  Verlag cn.: 中国轻工业出版社  ISBN: 9787518448852</p>		<p>Autor*in: Jakob Winkler  Titel dt.: Fatimas fantastische Reise in eine Welt ohne Erdöl  Verlag dt.: Knesebeck  Titel cn.: 《探索一个没有石油的世界》  Verlag cn.: 中国画报出版社  ISBN: 9787514623116</p>
	<p>Autor*in: Karsten Brensing, Nikolai Renger  Titel dt.: Wie Tiere denken und fühlen  Verlag dt.: Loewe  Titel cn.: 《动物的头脑与心灵》  Verlag cn.: 浙江教育出版社  ISBN: 9787572286247</p>		<p>Autor*in: Nikolaus Piper  Titel dt.: 少儿  Verlag dt.: Beltz  Titel cn.: 《10岁开始和钱做朋友》  Verlag cn.: 北京科学技术出版社  ISBN: 9787571435974</p>
	<p>Autor*in: Dr. Mai Thi Nguyen, Kim &amp; Marie Meimberg  Titel dt.: BiBiBiber hat da mal 'ne Frage  Verlag dt.: Oetinger  Titel cn.: 《思考科学的孩子》  Verlag cn.: 北京科学技术出版社  ISBN: 9787571446680</p>		<p>Autor*in: Matthias von Bornstädt, Timo Grubing  Titel dt.: Erste Stunde Furzkunde!  Verlag dt.: Arena  Titel cn.: 《屁的知识第一课》  Verlag cn.: 重庆出版社  ISBN: 9787229192877</p>
	<p>Autor*in: Matthias von Bornstädt, Timo Grubing  Titel dt.: Mein Körper ist ein Superheld  Verlag dt.: Arena  Titel cn.: 《我的身体是超人》  Verlag cn.: 重庆出版社  ISBN: 9787229193577</p>		<p>Autor*in: Johanna Klement, Karsten Teich  Titel dt.: Von Rotze bis Kotze  Verlag dt.: Knesebeck  Titel cn.: 《体液的超能力》  Verlag cn.: 中国轻工业出版社  ISBN: 9787518456666</p>

**Sach- und Fachbuch (inkl. Ratgeber)**



Autor\*in: Thomas Meyer  
 Titel dt.: Hannah Arendt  
 Verlag dt.: C.H.Beck  
 Titel cn.: 《汉娜·阿伦特》  
 Verlag cn.: 社会科学文献出版社  
 ISBN: 9787522859774



Autor\*in: Susanne Kuhlendahl  
 Titel dt.: Virginia Woolf  
 Verlag dt.: Knesebeck  
 Titel cn.: 《我, 弗吉尼亚·伍尔夫》  
 Verlag cn.: 北京科学技术出版社  
 ISBN: 9787571446871



Autor\*in: Oliver Matuschek  
 Titel dt.: Stefan Zweig  
 Verlag dt.: S.Fischer  
 Titel cn.: 《茨威格传》  
 Verlag cn.: 广西师范大学出版社  
 ISBN: 9787559887467



Autor\*in: Reiner Stach  
 Titel dt.: Kafka: Die Jahre der Erkenntnis  
 Verlag dt.: S.Fischer  
 Titel cn.: 《卡夫卡传: 领悟之年·1916-1924》  
 Verlag cn.: 广西师范大学出版社  
 ISBN: 9787559889157



Autor\*in: Werner Herzog  
 Titel dt.: Jeder für sich und Gott gegen alle  
 Verlag dt.: Hanser  
 Titel cn.: 《灵魂的风景》  
 Verlag cn.: 文汇出版社  
 ISBN: 9787549645664








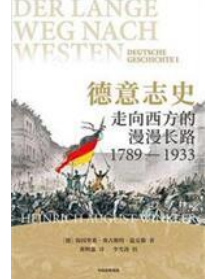
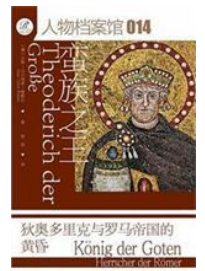
Autor\*in: Friedhard Teuffel  
 Titel dt.: Timo Boll: Mein China  
 Verlag dt.: Schwarzkopf & Schwarzkopf  
 Titel cn.: 《乒坛传奇波尔》  
 Verlag cn.: 世界图书出版公司  
 ISBN: 9787523220696















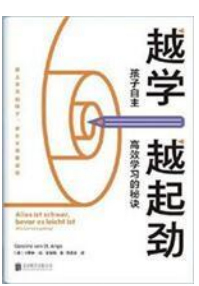

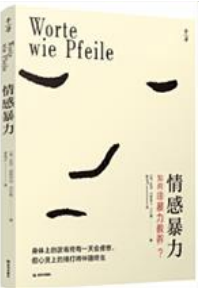

Autor\*in: Hermann Vinke  
 Titel dt.: Ich sehe immer den Menschen vor mir  
 Verlag dt.: Arche Literatur  
 Titel cn.: 《维尔姆·霍森费尔德传》  
 Verlag cn.: 文化发展出版社  
 ISBN: 9787514238792











Autor\*in: Hanno Sauer  
 Titel dt.: Moral: Die Erfindung von Gut und Böse  
 Verlag dt.: Piper  
 Titel cn.: 《善与恶的发明》  
 Verlag cn.: 中信出版社  
 ISBN: 9787521772111



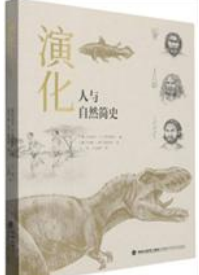





	<p>Autor*in: Bernd Stöver          Titel dt.: Geschichte der USA: Von der ersten Kolonie bis zur Gegenwart          Verlag dt.: C.H. Beck          Titel cn.: 《美国史 撕裂的帝国》          Verlag cn.: 湖南人民出版社          ISBN: 9787556126514</p>		<p>Autor*in: Max Kruse          Titel dt.: Im weiten Land der Zeit          Verlag dt.: cbj          Titel cn.: 《如果历史是一座公园》          Verlag cn.: 北京联合出版有限公司          ISBN: 9787559684288</p>
	<p>Autor*in: Eva-Maria Schnurr          Titel dt.: Das Zeitalter der Hexenverfolgung          Verlag dt.: Penguin          Titel cn.: 《猎巫时代》          Verlag cn.: 浙江人民出版社          ISBN: 9787213118791</p>		<p>Autor*in: Heinz Schilling          Titel dt.: 1517: Weltgeschichte eines Jahres          Verlag dt.: C.H.Beck          Titel cn.: 《1517：全球视野下的“奇迹之年”》          Verlag cn.: 上海人民出版社          ISBN: 9787208191181</p>
	<p>Autor*in: Michael Wildt          Titel dt.: Zerborstene Zeit          Verlag dt.: C.H.Beck          Titel cn.: 《破裂年代》          Verlag cn.: 广东人民出版社          ISBN: 9787218176345</p>		<p>Autor*in: Heinrich August Winkler          Titel dt.: Der lange Weg nach Westen          Verlag dt.: C.H.Beck          Titel cn.: 《德意志史》          Verlag cn.: 中信出版社          ISBN: 9787521780000</p>
	<p>Autor*in: Ernst Engelberg, Achim Engelberg          Titel dt.: Bismarck: Sturm über Europa          Verlag dt.: Pantheon          Titel cn.: 《俾斯麦》          Verlag cn.: 社会科学文献出版社          ISBN: 9787522838724</p>		<p>Autor*in: Hans-Ulrich Wiemer          Titel dt.: Theoderich der Große: König der Goten, Herrscher der Römer          Verlag dt.: C.H.Beck          Titel cn.: 《蛮族之王》          Verlag cn.: 社会科学文献出版社          ISBN: 9787522848884</p>

	<p>Autor*in: Alexander Košenina          Titel dt.: Literarische Anthropologie          Verlag dt.: De Gruyter          Titel cn.: 《文学人类学》          Verlag cn.: 商务印书馆          ISBN: 9787100244749</p>		<p>Autor*in: Lisa Herzog          Titel dt.: Die Rettung der Arbeit          Verlag dt.: Hanser          Titel cn.: 《拯救劳动》          Verlag cn.: 上海社会科学院出版社          ISBN: 9787552046267</p>
	<p>Autor*in: Käte Hamburger          Titel dt.: Die Logik der Dichtung          Verlag dt.: Klett-Cotta          Titel cn.: 《诗的逻辑》          Verlag cn.: 商务印书馆          ISBN: 9787100244022</p>		<p>Autor*in: Ulrich Beck, Elisabeth Beck-Gernsheim          Titel dt.: Das ganz normale Chaos der Liebe          Verlag dt.: Suhrkamp          Titel cn.: 《爱的失序》          Verlag cn.: 广西师范大学出版社          ISBN: 9787559879608</p>
	<p>Autor*in: Rainer Moritz          Titel dt.: Leseparadiese: Eine Liebeserklärung an die Buchhandlung          Verlag dt.: Sanssouci          Titel cn.: 《阅读天堂》          Verlag cn.: 人民文学出版社          ISBN: 9787020191383</p>		<p>Autor*in: Thomas Schiffer, Andrea Durry          Titel dt.: Kakao: Speise der Götter          Verlag dt.: oekom          Titel cn.: 《可与巧克力》          Verlag cn.: 社会科学文献出版社          ISBN: 9787522853505</p>
	<p>Autor*in: Antje Schrupp, Patu          Titel dt.: Kleine Geschichte des Feminismus          Verlag dt.: Unrast          Titel cn.: 《女性主义简史》          Verlag cn.: 东方出版中心          ISBN: 9787547326930</p>		<p>Autor*in: Sophie Passmann          Titel dt.: Pick me Girls          Verlag dt.: Kiepenheuer &amp; Witsch          Titel cn.: 《我和她们不一样》          Verlag cn.: 北京联合出版公司          ISBN: 9787559684400</p>




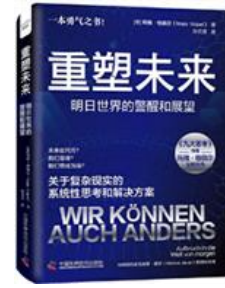

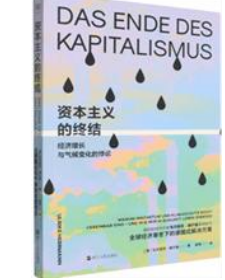


	<p>Autor*in: Ferdinand Fellmann          Titel dt.: Lebensgeföhle: Wie es ist, ein Mensch zu sein          Verlag dt.: Meiner          Titel cn.: 《生命感受》          Verlag cn.: 商务印书馆          ISBN: 9787100240505</p>		<p>Autor*in: Rahel Jaeggi          Titel dt.: Entfremdung: Zur Aktualität eines sozialphilosophischen Problems          Verlag dt.: Suhrkamp          Titel cn.: 《异化》          Verlag cn.: 北京师范大学出版社          ISBN: 9787303287758</p>
	<p>Autor*in: Bruno Snell          Titel dt.: Die Entdeckung des Geistes          Verlag dt.: Vandenhoeck &amp; Ruprecht          Titel cn.: 《精神的发现》          Verlag cn.: 商务印书馆          ISBN: 9787100244015</p>		<p>Autor*in: Michele Liussi, Katharina Spangler          Titel dt.: Täglich grüßt das Schuldgefühl          Verlag dt.: humboldt          Titel cn.: 《当妈后别自责》          Verlag cn.: 北京科学技术出版社          ISBN: 9787571445454</p>
	<p>Autor*in: Caroline von St. Ange          Titel dt.: Alles ist schwer, bevor es leicht ist          Verlag dt.: Rowohlt          Titel cn.: 《越学越起劲》          Verlag cn.: 北京联合出版公司          ISBN: 9787559684165</p>		<p>Autor*in: Susanne Mierau, Nadine Roßa          Titel dt.: New Moms for Rebel Girls          Verlag dt.: Beltz          Titel cn.: 《养育向前一步的女孩》          Verlag cn.: 北京科学技术出版社          ISBN: 9787571437534</p>
	<p>Autor*in: Anke Elisabeth Ballmann          Titel dt.: Worte wie Pfeile          Verlag dt.: Kösel          Titel cn.: 《情感暴力》          Verlag cn.: 晨光出版社          ISBN: 9787571523381</p>		<p>Autor*in: Hartmut Rosa, Wolfgang Endres          Titel dt.: Resonanzpädagogik          Verlag dt.: Beltz          Titel cn.: 《共鸣教育学》          Verlag cn.: 上海人民出版社          ISBN: 9787208193550</p>

	<p>Autor*in: Susanne Mierau, Nadine Roßa          Titel dt.: Frei und unverbogen          Verlag dt.: Beltz          Titel cn.: 《把自由还给孩子》          Verlag cn.: 漓江出版社          ISBN: 9787580102133</p>		<p>Autor*in: Eva-Maria Zurhorst, Annalena Zurhorst          Titel dt.: Wenn ich mich nicht liebe, wie soll mich jemand anders lieben          Verlag dt.: GRÄFE UND UNZER          Titel cn.: 《爱自己，就会有人来爱你》          Verlag cn.: 中国妇女出版社          ISBN: 9787512724464</p>
	<p>Autor*in: Dr. med. Sheila de Liz, Sofia Evison          Titel dt.: Girl on Fire: Alles über die "fabelhafte" Pubertät          Verlag dt.: Rowohlt          Titel cn.: 《闪耀如你》          Verlag cn.: 科学技术文献出版社          ISBN: 9787523521762</p>		<p>Autor*in: Friederike von Aderkas          Titel dt.: WutKraft          Verlag dt.: Julius Beltz          Titel cn.: 《就是生气又怎样》          Verlag cn.: 东方出版社          ISBN: 9787520742122</p>
	<p>Autor*in: Johannes Hepp          Titel dt.: Die Psyche des Homo Digitalis          Verlag dt.: Kösel          Titel cn.: 《数字病人》          Verlag cn.: 中国纺织出版社          ISBN: 9787522920870</p>		<p>Autor*in: Rainer Wohlfarth, Bettina Mutschler          Titel dt.: Die Heilkraft der Tiere: Wie der Kontakt mit Tieren uns gesund macht          Verlag dt.: btb          Titel cn.: 《驴子医生和它的朋友们》          Verlag cn.: 社会科学文献出版社          ISBN: 9787522844237</p>
	<p>Autor*in: Silke Franzen          Titel dt.: Happy Hour: Wie wir gesund und gestärkt persönliche Krisen durchstehen          Verlag dt.: Campus          Titel cn.: 《不被情绪内耗的10种能力》          Verlag cn.: 中国人民大学出版社          ISBN: 9787300338965</p>		<p>Autor*in: Stefanie Stahl          Titel dt.: So stärken Sie Ihr Selbstwertgefühl          Verlag dt.: Kailash          Titel cn.: 《做自己的内在父母》          Verlag cn.: 人民邮电出版社          ISBN: 9787115654731</p>

	<p>Autor*in: Lea Blumenthal          Titel dt.: Mach's wie die Möwe, schieß drauf!          Verlag dt.: GRÄFE UND UNZER          Titel cn.: 《海鸥才不管那么多》          Verlag cn.: 北京科学技术出版社          ISBN: 9787571444211</p>		<p>Autor*in: Ulrike Juchmann, Constanze Guhr          Titel dt.: Sei du selbst, alle anderen gibt es schon          Verlag dt.: Beltz          Titel cn.: 《做你自己，其他人已经存在了》          Verlag cn.: 天津人民出版社          ISBN: 9787201215327</p>
	<p>Autor*in: Angelina Boerger          Titel dt.: Kirmes im Kopf          Verlag dt.: Kiepenheuer &amp; Witsch          Titel cn.: 《我脑海中的游乐场》          Verlag cn.: 北京科学技术出版社          ISBN: 9787571445973</p>		<p>Autor*in: Michael Wrede, Annabelle von Sperber          Titel dt.: ... und dann? Wie Kinderbücher Gestalt annehmen          Verlag dt.: Hermann Schmidt          Titel cn.: 《如何做本孩子爱读的书? 》          Verlag cn.: 上海人民美术出版社          ISBN: 9787558632624</p>
	<p>Autor*in: Anselm Kiefer, Klaus Dermutz          Titel dt.: Die Kunst geht knapp nicht unter          Verlag dt.: Suhrkamp          Titel cn.: 《艺术在没落中升起》          Verlag cn.: 商务印书馆          ISBN: 9787100257220</p>		<p>Autor*in: Volker Harlan          Titel dt.: Was ist Kunst?          Verlag dt.: Urachhaus          Titel cn.: 《什么是艺术? 》          Verlag cn.: 商务印书馆          ISBN: 9787100255363</p>
	<p>Autor*in: Markus Lüpertz          Titel dt.: Der Kunst die Regeln geben          Verlag dt.: Ammann          Titel cn.: 《为艺术制定规则》          Verlag cn.: 商务印书馆          ISBN: 9787100255370</p>		<p>Autor*in: Hans Belting          Titel dt.: Die Deutschen und ihre Kunst          Verlag dt.: C.H.Beck          Titel cn.: 《德国人与他们的艺术》          Verlag cn.: 北京大学出版社          ISBN: 9787301367292</p>

	<p>Autor*in: Hubertus Butin          Titel dt.: Kunstfälschung: Das betrügerische Objekt der Begierde          Verlag dt.: Suhrkamp          Titel cn.: 《艺术赝品:欲望的诱饵》          Verlag cn.: 社会科学文献出版社          ISBN: 9787522832425</p>		<p>Autor*in: Dr. med. Anne Fleck          Titel dt.: Energy!          Verlag dt.: dtv          Titel cn.: 《能量! 》          Verlag cn.: 北京科学技术出版社          ISBN: 9787571441722</p>
	<p>Autor*in: Josef H. Reichholf, Johann Brandstetter          Titel dt.: Evolution: Eine kurze Geschichte von Mensch und Natur          Verlag dt.: Carl Hanser          Titel cn.: 《演化: 人与自然简史》          Verlag cn.: 福建科学技术出版社          ISBN: 9787533571726</p>		<p>Autor*in: Wolfgang Behringer          Titel dt.: Kulturgeschichte des Klimas          Verlag dt.: C.H. Beck          Titel cn.: 《气候周期里的文明》          Verlag cn.: 中国科学技术出版社          ISBN: 9787523610008</p>
	<p>Autor*in: Frank Holl          Titel dt.: Mein vielbewegtes Leben          Verlag dt.: Aufbau          Titel cn.: 《洪堡: 奔走不歇的一生》          Verlag cn.: 中国科学技术出版社          ISBN: 9787523614693</p>		<p>Autor*in: Dieter Ziegler          Titel dt.: Die Industrielle Revolution          Verlag dt.: wbg          Titel cn.: 《德国工业革命》          Verlag cn.: 中国科学技术出版社          ISBN: 9787523609804</p>
	<p>Autor*in: Thomas Macho          Titel dt.: Schweine          Verlag dt.: Matthes &amp; Seitz          Titel cn.: 《猪》          Verlag cn.: 北京出版社          ISBN: 9787200136135</p>		<p>Autor*in: Cord Riechelmann          Titel dt.: Krähen          Verlag dt.: Matthes &amp; Seitz          Titel cn.: 《鸦》          Verlag cn.: 北京出版社          ISBN: 9787200136197</p>

	<p>Autor*in: Madlen Ziege          Titel dt.: Kein Schweigen im Walde          Verlag dt.: National Geographic          Titel cn.: 《森林不寂静》          Verlag cn.: 江苏凤凰科学技术出版社          ISBN: 9787571348731</p>		<p>Autor*in: Norbert Sachser          Titel dt.: Der Mensch im Tier          Verlag dt.: Rowohlt          Titel cn.: 《动物与我们如此相似》          Verlag cn.: 江苏凤凰科学技术出版社          ISBN: 9787571348823</p>
	<p>Autor*in: Holger Dambeck          Titel dt.: Das Kreuz mit dem Quadrat          Verlag dt.: Kiepenheuer &amp; Witsch          Titel cn.: 《一群数学家分蛋糕》          Verlag cn.: 北京联合出版公司          ISBN: 9787559682505</p>		<p>Autor*in: Christian Hesse          Titel dt.: Leben<sup>2</sup>: Wie Sie mit Mathematik Ihre Ehe verbessern, länger leben und glücklich werden"          Verlag dt.: Gütersloher          Titel cn.: 《数学真有用》          Verlag cn.: 辽宁科学技术出版社          ISBN: 9787559140197</p>
	<p>Autor*in: Aeneas Rooch, Inka Hagen          Titel dt.: Die Entdeckung der Unendlichkeit          Verlag dt.: Heyne          Titel cn.: 《重塑数学》          Verlag cn.: 商务印书馆          ISBN: 9787100250603</p>		<p>Autor*in: Marcus Weber, Judith Weber          Titel dt.: Physik ist, wenn's knallt          Verlag dt.: Heyne          Titel cn.: 《让物理引爆你的世界》          Verlag cn.: 山西人民出版社          ISBN: 9787203135852</p>
	<p>Autor*in: Gerd Ganteför          Titel dt.: Das rätselhafte Gewebe unserer Wirklichkeit und die Grenzen der Physik          Verlag dt.: Westend          Titel cn.: 《原来物理还有这么多未解之谜》          Verlag cn.: 人民邮电出版社          ISBN: 9787115670687</p>		<p>Autor*in: Doris Märtn          Titel dt.: Habitus          Verlag dt.: Campus          Titel cn.: 《惯习》          Verlag cn.: 广东人民出版社          ISBN: 9787218186177</p>

	<p>Autor*in: Hermann Scherer          Titel dt.: Pole Position          Verlag dt.: Campus          Titel cn.: 《独一无二》          Verlag cn.: 浙江教育出版社          ISBN: 9787572296222</p>		<p>Autor*in: Dietmar Vahs, Alexander Brem, Christian Oswald          Titel dt.: Innovationsmanagement          Verlag dt.: Schäffer-Poeschel          Titel cn.: 《创新管理》          Verlag cn.: 清华大学出版社          ISBN: 9787302549659</p>
	<p>Autor*in: Herbert Henzler          Titel dt.: Führung? Führung!          Verlag dt.: Hanser          Titel cn.: 《领导力七要素》          Verlag cn.: 中译出版社          ISBN: 9787500181064</p>		<p>Autor*in: Maja Göpel, Marcus Jauer          Titel dt.: Wir können auch anders: Aufbruch in die Welt von morgen          Verlag dt.: Ullstein          Titel cn.: 《重塑未来》          Verlag cn.: 中国科学技术出版社          ISBN: 9787523610961</p>
	<p>Autor*in: Jan-Otmar Hesse, Roman Köster          Titel dt.: Die Große Depression: Die Weltwirtschaftskrise 1929-1939          Verlag dt.: Campus          Titel cn.: 《大萧条》          Verlag cn.: 浙江人民出版社          ISBN: 9787213119026</p>		<p>Autor*in: Ulrike Herrmann          Titel dt.: Das Ende des Kapitalismus          Verlag dt.: Kiepenheuer &amp; Witsch          Titel cn.: 《资本主义的终结》          Verlag cn.: 浙江人民出版社          ISBN: 9787213120657</p>
	<p>Autor*in: Axel Honneth          Titel dt.: Der arbeitende Souverän          Verlag dt.: Suhrkamp          Titel cn.: 《劳动的主权者》          Verlag cn.: 上海人民出版社          ISBN: 9787208198333</p>		<p>Autor*in: Hanno Beck          Titel dt.: Geld denkt nicht          Verlag dt.: Carl Hanser          Titel cn.: 《杰出投资者的情绪管理课》          Verlag cn.: 民主与建设出版社          ISBN: 9787513949279</p>



Autor\*in: Heiner Fangerau, Alfons Labisch  
Titel dt.: Pest und Corona  
Verlag dt.: Herder  
Titel cn.: 《历史、当下及未来的大流行病》  
Verlag cn.: 东方出版社  
ISBN: 9787520713795



Autor\*in: Ronald D. Gerste  
Titel dt.: Die Heilung der Welt  
Verlag dt.: Klett-Cotta  
Titel cn.: 《治愈世界》  
Verlag cn.: 中国人民大学出版社  
ISBN: 9787300339023