

# Seminar: Der deutschsprachige Buchhandel der Gegenwart

## WINTERSEMESTER 2008/2009

### EINFÜHRUNG

Wenn man den Buchmarkt der Gegenwart anschaut, kann man sagen: Es tut sich Einiges! Innerhalb nur weniger Jahre. Stichwort: Strukturbruch. Selbst im Bereich dessen, was für *uns* als Konsumenten, als Buchkäufer und Leser wahrnehmbar ist. Ausgangspunkt des Seminars ist die Überlegung, dass jede Literatur, die uns interessiert, eine *vermittelte* Literatur ist. Hinter dieser Vermittlung stehen *Vermittlungsinstanzen* – vom Autor, Verlag und Verlagslektor und Buchhandel bis hin zu Literaturseminaren an den Universitäten oder Literaturunterricht in der Schule. Diese Vermittlung kann auch nicht von gesellschaftlichen, politischen, gesetzlichen oder technologischen Entwicklungen losgelöst gesehen werden. Die Frage, wie Bücher „auf die Welt kommen“ und unter welchen Bedingungen sie verbreitet und rezipiert werden, ist daher nicht unwesentlich. Diese Lehrveranstaltung ist nicht als Fort- oder Weiterbildungskurs für (angehende) Buchhändler gedacht, sondern soll vielmehr uns als Germanisten aktuelle Themen und Entwicklungen im Buchhandel vor Augen führen. Um welche es geht, möchte ich heute und nächste Woche manchmal nur kurz und stichwortartig, manchmal etwas ausführlicher ansprechen. Die einzelnen Punkte werden auch Gegenstand von Referaten im Seminar sein. Ich werde die Einführung in zwei Teile teilen, mit dem ersten Teil heute. Denn ich möchte einerseits die Referatsthemen verteilen, andererseits auf einige technische Fragen, darunter die Recherchen, eingehen.

Wenn man die Kommentare der letzten Jahre etwa im *Börsenblatt* liest, könnte man denken, dass in der Buchbranche alles den Bach hinuntergeht. „Der Buchhandel im Jammertal“. Es wird überall angesichts der jüngsten Entwicklungen gejammert und bedauert. Alljährlich zur Frankfurter Buchmesse wird resigniert festgestellt, dass es heuer wieder einmal *zu viele* Novitäten gibt. Und sind es 90.000, 100.000, oder 120.000. Alljährlich wird die Frage gestellt: wer soll das alles lesen, wer soll das kaufen? Die ungebrochen hohen Produktionsraten bleiben nicht ohne Auswirkung: der Lebenszyklus der Bücher, also wie lange sie am regulären Markt erhältlich bleiben, wird immer kürzer. Manche Verlage stoßen ihre Novitäten ab, wenn sie sich nicht innerhalb von drei Monaten passabel verkauft haben. Es lebe das „moderne Antiquariat“! Aber wenn von Lebenszyklen die Rede ist, dann gibt es eine verwandte Entwicklung im Bereich Hardcover–Taschenbuch. Früher, wenn man die „teure“ Hardcover-Ausgabe einer Neuerscheinung nicht kaufen konnte oder wollte und lieber auf die billigere Taschenbuchausgabe wartete, konnte es ein paar Jahre dauern. Heute ist es anders: die Zeitspanne zwischen dem Erscheinen der Leinenausgabe und des Taschenbuchs verkürzt sich immer mehr.<sup>1</sup> Wir als preisbewusste Konsumenten profitieren davon. Ich möchte schließlich auf eine weitere Entwicklung hinweisen, die an uns als Buchkäufer komplett vorbeigeht, einen Kostenfaktor. Stichwort *Remittenden* (dt. Bedingtverkehr). Das sind Neuerscheinungen, die ein Verlag an den Sortimentsbuchhandel (den verbreitenden Buchhandel) liefert, unter der „Bedingung“, dass der Buchhändler sie – weil nicht verkauft – bis zu einem vom Verleger festgesetzten Termin wieder zurückgeben kann. Der Sinn und Zweck: dem Buchhändler soll das

---

<sup>1</sup> Dazu etwa *buchreport express*, Nr. 36, 2. September 2004, S. 6-7: „Die Lebenszyklen der Bücher werden kürzer. Rascher in die Tasche.“

Risiko einer allzu umfangreichen Lagerhaltung abgenommen werden.<sup>2</sup> Nicht verkäufliche Bücher verstellen ja Platz im Regal. Dieses Thema wurde in der ersten Jahreshälfte innerhalb des Börsenvereins kontrovers diskutiert, wobei der Grund einleuchtend ist. Remittenden kosten Geld. Der Börsenverein überlegt, wie mit dem Problem umzugehen ist, dass Bücher im Wert von 750 Millionen Euro jährlich umsonst durch Deutschland geschickt werden.<sup>3</sup> Eine Überlegung besteht darin, dass Bücher unter einem bestimmten Wert nicht physisch an den Verlag zurückgeschickt werden. Das sind alles Dinge, die wir als Buchkäufer selten mitbekommen. Nur als Fußnote: ein Thema, auf das wir hier *nicht* explizit eingehen, die aber die Branche beschäftigt hat und noch beschäftigt, ist das Urheberrecht. Nun zum ersten Punkt: Struktureinbruch.

- **Struktureinbruch: Filialisierung und Mega-Stores**

Nicht nur die zunehmende Marktkonzentration im Bereich Buchhandel ist ein Merkmal der letzten Jahre, wie man den zum jeweiligen Jahresende sich häufenden Meldungen über Schließungen zum Teil sehr renommierter Buchhandlungen entnehmen kann. Dass der stattfindende Strukturwandel auch seinen Tribut fordert, zeigen auch die sinkenden Zahlen bei den Mitgliedern in der größten Buchhandelsorganisation, dem Börsenverein des deutschen Buchhandels. So sank die Anzahl der Buchhandlungen von 4356 Anfang 2006 auf knapp 4.000 zu Beginn dieses Jahres. Ende 2008/Anfang 2009 wird erwartet, dass die Zahl auf unter 4.000 sinken wird.<sup>4</sup> Die Zahlen, was Marktkonzentration betrifft, sprechen für sich. Ein erstes Gutachten über die Auswirkungen des Falls der Buchpreisbindung in Großbritannien – dem „Königreich der Rabatte“ (ich gehe noch näher darauf ein) – scheint darauf hinzudeuten, dass die freie Preisbildung, die abenteuerliche Dimensionen angenommen hat, den Konzentrationsprozess beschleunigt. Stichwort: Billige Bestseller, teure Backlist. Im *Börsenblatt* liest man dazu: „Auf Belletristik-Bestseller gibt es Nachlässe von mehr als 58 Prozent. Das mag Leser zwar erfreuen, macht aber Verlagen und vor allem dem unabhängigen Buchhandel das Leben schwer. Den Verlust an Vielfalt spiegelt der Konzentrationsgrad im britischen Sortiment wider: Die zehn größten Buchhändler erwirtschaften dort 68 Prozent des Umsatzes, in Deutschland sind es bislang ‚nur‘ 49.2 Prozent – ein Unterschied, den die Branchenverbände als Pluspunkt der Preisbindung ins Feld führen werden.“<sup>5</sup>

Für uns wohl am augenscheinlichsten ist die Verbreitung von *Lebensmittelketten* und die Verdrängung des alten „Greislers“ um die Ecke. Stichwort Greislersterben. Nüchterne Ökonomen sprechen gern von „Strukturbereinigung“. Diese „Strukturbereinigung“ hat auch den Buchhandel längst eingeholt, egal ob man diese Entwicklung begrüßt oder nicht. Die so genannte *Filialisierung* schreitet unaufhaltsam fort. Fast jede Ausgabe einer Branchenzeitschrift bringt seit Monaten und Jahren eine Meldung, wonach dieser oder jener Großkonzern eine bestehende Buchhandlung übernommen, ein Megastore irgendwo in bester Lage (Innenstadt, Einkaufszentrum) hingebaut habe, die die Fläche von mehreren Fußballfeldern hat, oder eine alteingeses-

<sup>2</sup> Helmut Hiller / Stephan Füssel: *Wörterbuch des Buches*. 6., grundlegend überarbeitete Auflage 2002, S. 41f. („Bedingtverkehr“)

<sup>3</sup> Dazu u.a. *buchreport*, 30. April 2008, S. 1.

<sup>4</sup> Mitgliederschwund kommt nicht zum Halt. Strukturwandel fordert Tribut. In: *buchreport express*, Nr. 5, 31. Januar 2008, S. 14.

<sup>5</sup> Alte Akten, neuer Fall. In: *Börsenblatt* 13-2008, S. 44.

sene Buchhandlung schließt „mit Jahresende“ seine Pforten. Die Namen und Orte – hier handelt es sich vor allem um Deutschland – sind austauschbar.<sup>6</sup>

Aber auch aus Österreich sind ähnliche Meldungen bekannt. Im Juli dieses Jahres wurde gemeldet, dass die 1785 gegründete Traditionsbuchhandlung Prachner in Wien<sup>7</sup> drei ihrer vier Läden verkaufen würde. Die beinahe zeittypische Begründung gab Inhaber Andreas Tarbuk in einem Interview mit boersenblatt.net bekannt: „Die Geschäftsentwicklung war zuletzt nicht mehr wie erwartet. Insbesondere der Internet- und Großflächenbuchhandel, aber auch branchenfremde Anbieter von Büchern haben uns Kunden weggenommen.“ Wie das *Börsenblatt* weiter schreibt: „Zu dem Entschluss, sich aus dem Wiener Markt zurückzuziehen, haben auch ‚teure Mieten und eine sich verändernde Käuferschaft‘ beigetragen.“<sup>8</sup> Daten, die 2008 von der Firma RegioData Research erhoben wurden, zeigen auch, dass die Anzahl von Einzelhandelsstandorten in Österreich erneut gesunken ist. Für den Buchhandel hat sie 1200 Standorte erhoben, davon 400 Filialisten und damit einen Filialistenanteil von 35 Prozent.<sup>9</sup>

In Zusammenhang mit der zunehmenden Filialisierung wäre eine Reihe von Aspekten für uns interessant: wie ist es dazu gekommen? Was ist der jetzige Stand? Was bedeutet die Filialisierung für den „herkömmlichen“ Buchhandel? Nicht uninteressant wären bei der Ausarbeitung des Themas auch Interviews sowohl mit „Filialisten“ als auch mit „traditionellen“ Buchhändlern.

- **Wachstum im Online-Buchhandel. Eine Variation von „Video killed the radio star“?**

Das *Börsenblatt*, das offizielle Organ des deutschen Buchhandels – wie auch andere Buchhandelsfachzeitschriften – publiziert in regelmäßigen Abständen Daten über den Verkauf von Büchern im jeweiligen Monat oder Jahr. Dazu gibt/gab es immer entsprechende Zahlen zum Absatz im Onlinebuchhandel. Vor zehn Jahren etwa waren die Zahlen eher unscheinbar, ein paar Prozente machte der Onlinehandel aus, für den stationären Buchhandel nichts Aufregendes oder Beunruhigendes. Tenor der Berichte: so schlimm wird es nicht werden. Im Jahre 2006 betrug der Anteil des Online-Buchhandels 6 Prozent. Nur wenige prognostizieren allerdings einen Marktanteil von mehr als 20 Prozent. Ein Kommentator im *Börsenblatt* meinte 2007, dass eine Koexistenz (im Sinne von Überleben) möglich ist. „Erstens: Das Internet (...) hat sich als Ort stabil steigender Buchhandelsumsätze erwiesen. Wer das immer noch nicht wahrhaben will, ist kein kluger Skeptiker, sondern ein armer Zuspätmerker. Zweitens: Stationärer Sortimentsbuchhandel und Internet müssen keine gegeneinander ste-

<sup>6</sup> Einige willkürliche Beispiele: „Mayersche kauft Interbook Trier/Gelegenheit macht Appetit.“ In: *buchreport express* Nr. 14, 3. April 2008, S. 14; „Mayerische eröffnet 1000 qm Filiale in Siegen“, „Thalia übernimmt Buchheim in Dinslaken“. In: *buchreport express* Nr. 15, 10. April 2008, S. 10. Die Liste ließe sich beliebig vermehren.

<sup>7</sup> Die Firma geht auf die im Jahr 1785 gegründete Buch- und Kunsthandlung Lehmann & Wentzel zurück.

<sup>8</sup> Prachner verkauft drei Buchhandlungen. In: *boersenblatt.net. Online Magazin für den deutschen Buchhandel*, 22.07.2008. Ähnlich die Antwort Tarbuks in einem Interview mit der Fachzeitschrift *BuchMarkt.de – Magazin der Buchbranche* am 22. Juli 2008. „**Wie sehen Sie die Schwierigkeiten auf dem österreichischen/Wiener Markt?** Es gibt nicht sehr viele ertragreiche Standorte. In Einkaufszentren ist die Miete im Verhältnis zum Umsatz oft zu hoch für den Buchhandel. In den Haupteinkaufsstrassen ist dieser Trend ebenfalls spürbar. Außerdem benötigt eine Buchhandlung mittlerweile mehr als 500 m<sup>2</sup> an sofort verfügbarem Angebot, um nicht Kunden an das Internet zu verlieren.“ In der Wiener Innenstadt haben einige eingesessene Buchhandlungen der „Benetonisierung“ in den vergangenen Jahren weichen müssen, darunter Gerold.

<sup>9</sup> Einzelhandelsstandorte in Österreich leicht sinkend. In: *Newsfeed*, 25.7.2008 ([www.buecher.at](http://www.buecher.at)).

henden Vertriebswege sein. Wer intelligent verzahnt, wird auf beiden Wegen Erfolge haben. Warum? Weil beide Wege zum Kunden führen.“<sup>10</sup>

Die großen Online-Buchhändler feiern ein Umsatzplus, ganz besonders zu Weihnachten. Zu lesen etwa bei den regelmäßig publizierten Quartalsergebnissen von Amazon. Wobei bei manchen „Gemischtwarenhändlern“ der Umsatz bei weitem nicht nur aus *Büchern*, sondern vielfach aus anderen Medien und Zubehör besteht. Die großen Anbieter nennen Computerspiele und Konsole als meistverkaufte Produkte. Das Geschäft im Web boomt, oder wie die Schlagzeilen lauten. „Online-Shops legen zu“ (*Börsenblatt*, 4-2008, S. 8) oder „Online-Buchhändler melden Rekordumsätze“ (*buchreport express*, Nr. 1/2, 10. Januar 2008, S. 12). Und die stationäre, herkömmliche Buchhandlung ist gefordert. Oder ist bereits untergegangen. Die mittleren und kleinen Sortimenten müssen auch eine flankierende Web-Präsenz haben, wenn sie ein „zweites Leben“ haben möchten. Oder eine Nische finden. Auch hier hat ein Kulturwandel stattgefunden – dank oder wegen des Internets. Welche Überlebensstrategien gibt es für den herkömmlichen Buchhandel? Gräbt der Online-Buchhandel auch den Filialisten das Wasser ab? Auf dieses Thema gehen wir in einem Referat zur Entwicklung des Online-Buchhandels näher ein.

- **Unabhängige Verlage – Independent Publishers**

Wenn wir den Bereich „Sortiment“ anschauen, ist der Anteil des unabhängigen Buchhandels rückläufig. Genau so sichtbar ist der Konzentrationsprozess bei Verlagen. Es ist heute kaum mehr möglich, nach dem jahrelangen Schlucken und Geschluckt-Werden aus dem Stand zu sagen, welcher ehemaliger privater oder ungebundener Verlag nun wem gehört. Um sich ein Bild zu machen, muss man die Homepage eines Großkonzerns besuchen oder die regelmäßigen Auflistungen in den Fachzeitschriften *buchreport* oder *BuchMarkt* konsultieren. Hier werden die 100 größten Verlage und die 100 größten Buchhandlungen regelmäßig erhoben. Aber wie sieht es mit den „unabhängigen Verlagen“, den „independents“, aus? Fest steht, dass ihre prekäre Situation keineswegs auf den deutschen Sprachraum beschränkt ist. Die Frage, der wir nachgehen werden, wird lauten: welche Überlebensstrategien und –chancen gibt es für so genannte unabhängige Verlage, von denen es im deutschen Sprachraum mehrere dutzende gibt? Solche Verlage haben etwa in der Schweiz (Swiss Independent Publishers – SWIPS), in Großbritannien (Independent Publisher) und in Deutschland Allianzen gebildet. In England haben die unabhängigen Verleger eine eigene Website (<http://www.independentpublisher.com>), desgleichen die Schweizer (<http://www.swips.ch>).

- **Digitalisierung: Vergangenheit *und* Zukunft des Buches?**

Zum Thema Digitalisierung der Bücher gäbe es viel zu sagen. Ist die Digitalisierung ein Fluch oder ein Segen? Verschwinden nun die *Printausgaben* der Bücher? Verliert der Autor dadurch die Kontrolle über sein Werk? Ist sein Text nicht nur digital, sondern auch *egal* – was die Wahrung der Copyrightrechte betrifft? Soll ich am Roman eines Autors, weil im Internet, daran herumbasteln können/dürfen? Nach einer langen, kontroversiell geführten Debatte hat der Börsenverein sich auf ein Projekt – einen Volltext-Finder – geeinigt. Aus „VTO“ = Volltext Online ist *Libreka!* entstanden.

---

<sup>10</sup> Die modernen Marktplätze. In: *Börsenblatt* 29-2007, S. 3.

Über die Herkunft des Namens verrät die Website Folgendes: „Der auf der ersten Silbe betonte Name des Volltext-Finders ist ein Kunstwort, das sich an ‚liber‘, dem lateinischen Wort für Buch, und den griechischen Ausruf ‚Heureka!‘ (Ich hab's gefunden!) anlehnt.“ Die Betreiber dieses Volltext-Finders preisen ihr Angebot wie folgt an: „Die Digitalisierung gewinnt in der Buchbranche an Dynamik. Immer mehr Inhalte sind im Internet verfügbar, gleichzeitig suchen auch die Nutzer immer häufiger im Netz nach Inhalten. Hier setzt die Branchenplattform libreka! an: Verlage liefern libreka! ihre digitalen Buchinhalte und definieren, welchen Text sie für wen sichtbar und abrufbar machen wollen. Die Datenhoheit und die Rechte bleiben dabei beim Verlag. Über die libreka!-Plattform werden Buchinhalte dann als Volltexte im Internet weltweit recherchierbar. Der Buchhandel erhält durch erweiterte Rechte die Möglichkeit, aktiv an der Vermarktung digitaler Inhalte beteiligt zu sein. Mit libreka! bereitet der deutsche Buchhandel die Grundlage dafür, dass Buchinhalte in Zukunft in elektronischer Form recherchierbar, verfügbar und handelbar werden.“

Viele Verlage – etwa Random House und seine unzähligen Imprints – bieten Ähnliches. Da wie dort soll der potentielle Buchkäufer auf den Geschmack gebracht werden. Meldungen aus Amerika – etwa von der Verlagsgruppe Random House, die im Sommer 2007 ihren Volltextsuche-Service Insight startete – bestätigen, dass das Angebot gut angenommen wird.<sup>11</sup> In diesem Herbst wird zum Beispiel der deutsche Verlag Droemer Knauer seine sämtlichen Novitäten sowohl gedruckt als auch in einem digitalen Format herausbringen.

Die „Digitalisierung“ dient einem anderen Zweck bei einem weiteren Projekt, das in diesem Fall von der Europäischen Union ausgeht. Das Kind heißt „Europas Digitale Bibliothek“. Das im September 2005 gestartete Projekt verfolgt das Ziel, Bücher, die in den EU-Staaten archiviert sind, im Sinne einer digitalen Bibliothek für Europa, in digitaler Form aufzubereiten und im Internet zugänglich zu machen. Die Webadresse (die Site wie auch die Bibliothek selber ist noch im Aufbau): <http://www.europeana.eu/>. Doch es scheint, dass das Projekt nicht schnell genug vorangeht, und nach einer APA-Meldung vom 11. August dieses Jahres (APA0457) fordert die EU-Kommission von den europäischen Staaten mehr Anstrengungen. Der Grund: Nur etwa ein Prozent der in den EU-Staaten archivierten rund 2.5 Milliarden Bücher sind bisher digitalisiert worden. Bis 2012 werden es erst vier Prozent sein. Für die nächsten beiden Jahre stehen neuerlich rund 120 Millionen Euro für die Verbesserung des Zugangs zu europäischen Kulturinhalten bereit. Allein um rund fünf Millionen Bücher online lesbar zu machen, werden die Kosten auf 225 Millionen Euro geschätzt. Beim Aufbau in allen 27 Mitgliedsstaaten – manche haben mehr, manche weniger getan – tauchen natürlich nicht ganz banale Probleme wie offene Urheberrechtsfragen und gemeinsame Normen für die Kompatibilität der verschiedenen Systeme oder auch die langfristige Lagerung auf. In einem Referat werden wir auf das Projekt näher eingehen und die Rolle der Österreichischen Nationalbibliothek in diesem Zusammenhang beleuchten.

- **Online-Schnorrer: Web-Piraterie als Gefahr für die Branche?**

---

<sup>11</sup> Siehe das *Börsenblatt* 13-2008, S. 21: „Random House. Der Umsatz der Verlagsgruppe ging 2007 um vier Prozent nach oben – auch angetrieben durch den neuen Volltextsuche-Service Insight.“ Ein Verlagssprecher: „Wir haben mittlerweile an die 8.000 Titel im Angebot und merken spürbar, wie das Interesse der Leser, sich darüber zu informieren, zunimmt und sich dann natürlich auch in Buchkäufen niederschlägt.“ Bei Insight haben Internetnutzer die Möglichkeit, in Büchern zu blättern und nach Inhalten zu suchen.

Ein weiteres – allgegenwärtiges – Thema, mit dem wir uns beschäftigen werden, ist die Web-Piraterie. In den letzten Jahren haben wir beobachten können, wie die Musikindustrie bis auf einige spektakuläre Klagen den Kampf gegen illegale „file-sharing“ im großen und ganzen verloren hat. Man könnte von der Kraft des Faktischen im Bereich „file-sharing“ sprechen. Und wir wissen, was es sonst auf der Welt an Copyright-Verletzungen gibt – Computerprogramme und –spiele und dergleichen mehr. Durch die zunehmende Digitalisierung von Volltexten (auch urheberrechtlich noch geschützte Texte) im Internet wird das auch zu einem Problem für den Buchhandel. Im April dieses Jahres hat der deutsche Bundestag ein kontroversielles Gesetz beschlossen. Der Name: „Gesetz zur Verbesserung der Durchsetzung von Rechten des geistigen Eigentums“. Nota bene: „... zur *Verbesserung* der Durchsetzung“. In Kraft getreten ist das Gesetz am 1. September dieses Jahres. Fachleute meinen, die Verfolgung von Internetpiraterie wird schwierig bleiben, denn man muss nachweisen, dass ein Nutzer illegale Nutzungen „im gewerblichen Ausmaße“ vorgenommen hat. Aber wie man mit diesem Instrumentarium einen illegalen Nutzer ausforscht, ist eine zweite Frage, die nicht so einfach zu lösen sein wird. Im Bereich Buchhandel scheint das Problem im Bereich Hörbuch besonders virulent zu sein.

- **Preisbindung erneut in Diskussion**

Folgendes Thema spielt eine Schlüsselrolle im deutschsprachigen Buchhandel, obwohl man beim Buchkäufer damit wohl keinen Hund hinter dem Ofen hervorlocken könnte. Es handelt sich um den festen Ladenpreis. Es gibt dabei zwei Denkschulen. Die einen sagen, was für andere Güter des täglichen Bedarfs gilt, nämlich die freie Preisbildung, der freie Warenverkehr, soll auch für Bücher gelten. Das Argument würde auch den Grundsätzen der Europäischen Union entsprechen. Andere sagen: Bücher sind keine x-beliebige Ware, es geht um kulturelle, um geistige Werte und man muss mit ihnen preislich anders umgehen, sprich: sie in irgendeiner Form regulieren. Der feste Ladenpreis garantiere Vielfalt in der Produktion wie in den Verbreitungsformen, ein Wettbewerb finde nicht über den Preis statt.

Zunehmende Konkurrenz für den herkömmlichen Sortimenten kommt auch von anderer Seite, von Branchenfremden. Es ist eine Entwicklung, die sich besonders in Großbritannien breit gemacht hat: das Anbieten von Büchern im Supermarkt, ja nicht nur vor Ort an der Kasse, sondern auch online. Die riesige Supermarktkette TESCO ([www.tesco.com/books](http://www.tesco.com/books)) – Tesco ist das weltweit drittgrößte Detailhandelsunternehmen – bietet alles, was das Herz begehrt, zumindest scheinbar. Und zu einem unwiderstehlichen Preis. Wo man hierzulande bei der Preisgestaltung gewohnt ist, einen Paprika um 50 cent und drei um einen Euro zu bekommen, kauft man dort sozusagen *Bücher* „im Dutzend“ billiger. Ein Buch – Paperback, Hardback, was auch immer – hat nur scheinbar seinen Preis. Ein Paperback (Titel egal) kostet 3.86 Pfund, wenn man *zwei* kauft nur 7 Pfund. Bei Hardcoverbüchern heißt es: „ab nur 8 Pfund“. Es herrscht somit die freie Preisbildung. Dass Tesco auch CDs und DVDs verkauft (und letztere werden auch verliehen), sei nur am Rande vermerkt. Und dass es bei Tesco kein fachkundiges, beratendes Verkaufspersonal gibt, versteht sich von selbst. Das Maximum an Service ist, dort dass jemand an der Kasse sitzt und die Ware über den Scanner zieht. Wie ist das möglich? Und warum kennen *wir* das nicht bzw. *noch* nicht in Deutschland oder Österreich? Die Erklärung ist sehr einfach: In Großbritannien gab es seit dem Jahr 1900 und bis zur Aufhebung im Jahr 1997 das Net Book Agreement. Das war eine Vereinbarung zwischen Verlagen und Buchhändlern, die bestimmte, dass Bücher zu einem festgesetzten Preis im Handel verkauft werden mussten. In der Praxis hieß es, dass ein Wettbewerb *nicht über den Preis* stattfand,

bzw. stattfinden konnte. Das Buch kostete genau so viel in einer „Innenstadtbuchhandlung“ wie in einem entlegenen Buchladen irgendwo am Lande. Wer den fixen Ladenpreis unterschritt, wurde mit einem Lieferungsstopp von Seiten des Verlags bestraft. Bis in die 90er Jahre des 20. Jahrhunderts blieb die Vereinbarung mehr oder weniger unangefochten. Dann nahm die britische Wettbewerbsbehörde die Vereinbarung 1994 unter die Lupe, einige Großverleger (darunter HarperCollins, Random House) kündigten den Vertrag, die Buchhandelsvertretung hielt sich heraus und im März 1997 befand ein Spezialgericht, dass das NBA dem öffentlichen Interesse *widersprach* und daher als *ungesetzlich* zu betrachten sei. Der Tag der Großfilialisten war gekommen, der Wettbewerb mit tiefen Diskontpreisen konnte richtig aufgenommen werden. Dass kleinere, unabhängige Sortimenter solche Rabatte nicht heraus schlagen konnten und können, versteht sich beinahe von selbst. Auch dass so genannte Independent Verlage – Verlage, die nicht Teil eines inzwischen riesigen Konglomerats sind – ein schweres Leben haben. Auch, dass die Büchervermarkter vom Typ Tesco selbst den Großfilialisten zunehmend zusetzt. Bevor ich zum Thema ‚Preisbindung‘ zurückkehre – ein Thema, das uns als *Buchkäufer* ziemlich kalt lassen könnte – ein Hinweis darauf, dass – obwohl wir den neuen John Grisham oder Ken Follett bei Hofer und Penny nicht kaufen können – Bücher auch mittels *Branchenfremden* ihre Abnehmer finden können, hier in Österreich. So hat in diesem Jahr das TUI-Reisecenter Austria mit Thalia die Marketingaktion „Er-lesener“ ins Leben gerufen. Die Aktion sollte vorläufig bis zum vergangenen Sommer laufen. Bei Urlaubsbuchung in einem österreichischen TUI-Reisecenter erhielten Kunden einen von 15 aktuellen Bestsellern von Thalia geschenkt.<sup>12</sup>

Aber zurück zur Frage, wie es im *deutschsprachigen* Raum aussieht. Warum haben die großen Supermarktketten (noch) nicht neben Pauschalreisen nach Ägypten und Sri Lanka, neben Mountain Bikes und Laptops, Kühlschränken und Hometrainern, begonnen, auch Bücher zu verkaufen? Wir können davon ausgehen, dass sie auch hierzulande in den Startlöchern harren. Der schlichte Grund heißt „Buchpreisbindung“ oder „Ladenpreis“. Dazu ein kurzer historischer Rückblick. Der feste Ladenpreis in Deutschland und Österreich wurde in den 80er Jahren des 19. Jahrhunderts im Zuge der so genannten „Krönerschen Reformen“ eingeführt, um der Preisschleuderei (der wilden Rabattierung) im Buchhandel Einhalt zu gebieten. Diese Regelung blieb bis in die 90er Jahre des 20. Jahrhunderts mehr oder weniger unangefochten. Die Buchgemeinschaften und Buchclubs bleiben eine Ausnahme, insofern als sie auf Grund von Lizenzverträgen mit den Originalverlagen eigene Ausgaben günstiger an ihre Mitglieder verkaufen dürfen. Aber mit den Buchgemeinschaftsausgaben hat es vereinzelt Probleme gegeben, vor allem, was die Einhaltung von Fristen bis zum Erscheinen einer solchen Ausgabe betrifft.

1995 ist Österreich bekanntlich der Europäischen Union beigetreten, und nun wurde der feste Ladenpreis damals von der Libro-Kette in Frage gestellt, also jener Firma, die auf dem Weg vom Buchdiskonter zum Multimedienhändler und schließlich zum Mega-Pleitier war. Näheres dazu in einem Buch von Paul Christian Jezek aus dem Jahre 2003.<sup>13</sup> Der Vorwurf an die Wettbewerbshüter in Brüssel: die in Deutschland, Österreich und der Schweiz seit mehr als 100 Jahren geltende Preisbindung wäre wettbewerbswidrig. Das vereinfachte Argument: Was für den freien Handel, sprich die freie Preisfestsetzung bei sonstigen Waren recht sei, sollte auch bei Büchern billig sein. Ich kann die ganze langwierige Debatte hier nicht nachzeichnen.

<sup>12</sup> Thalia. In: *buchreport express*, Nr. 15, 10. April 2008, S. 10.

<sup>13</sup> Paul Christian Jezek: *Der Fall Libro. Die Megapleite der Tainment-Phantasten*. Wien: ORAC 2003. ISBN 3701504504. Preis: EUR 19,60.

Am Ende des Tages kam – für die drei Länder – ein System der Buchpreisbindung im zwischenstaatlichen Handel zustande, das heute in zwei der Länder (Deutschland und Österreich) noch in Kraft ist. Seit 2000 (in Österreich) und seit 2002 gibt es in Deutschland eine gesetzliche Preisregulierung im zwischenstaatlichen Handel.

Doch seit einigen Monaten stehen wir vor einer *erneuten* Debatte in Deutschland und Österreich wegen der Preisbindung. Im Zentrum steht die Frage, ob die Preisbindung deutschsprachiger Bücher durch die Importeure in Österreich deutsche Verlage nicht diskriminieren würde, da fremdsprachige Bücher ohne Preisbindung in Österreich verkauft werden könnten. (hervorragendes Beispiel der Preiskampf um die Originalausgaben von Harry Potter!) Wenn der Europäische Gerichtshof diese Importklausel für nicht vereinbar mit dem EU-Recht hält, erwartet das Wiener Gericht eine Prüfung, ob das Gesetz aufgrund kulturpolitischer Erwägungen gerechtfertigt ist. Wie in den 90er Jahren ist es wiederum der österreichische Filialist Libro, der die Preisbindung erneut in Frage gestellt hat. „Der Anlass: Libro, mit seinen mehr als 200 Filialen unter neuer Regie, hat ab August 2006 Titel deutscher Verlage unter Preis angeboten – und sich nicht einer Abmahnung durch den Fachverband der Buch- und Medienwirtschaft unterworfen. Der daraus entstandene Rechtsstreit landete vor dem Obersten Gerichtshof in Wien, mit unerwarteten Folgen. Denn während die unteren Instanzen Libro in die Schranken wiesen, wirft der Gerichtshof nun die Frage auf, die alle längst vom Tisch glaubten. Verstößt der gesetzlich vorgeschriebene Mindestpreis gegen den Grundsatz des grenzüberschreitenden freien Warenverkehrs, weil nur Importeure deutschsprachiger Bücher dazu verpflichtet sind, die Preisbindung einzuhalten?“<sup>14</sup> Bis zum Urteil werden wohl zwei Jahre vergehen.

- **Das Ende der Buchpreisbindung in der Schweiz (?)**

Wie sieht es nun in der Schweiz aus? Hier hat sich in den letzten Monaten einiges getan, doch der Reihe nach. Am 2. Mai 2007 hat die Schweizer Regierung, also der Bundesrat, die Buchpreisbindung gekippt. Anders formuliert: sie hat ein Gesuch des Branchenverbands verworfen, bei der wettbewerbsrechtlich nicht zulässigen Buchpreisbindung aus kulturell motivierten Überlegungen eine Ausnahme zu machen. Es herrscht dort also seit gut eineinhalb Jahren die freie Preisbildung. Es ist wohl zu früh, um ein endgültiges Urteil über den Fall der Preisbindung zu fällen. Nach dem ersten Jahr hat der *Tagesanzeiger* in Zürich folgendes Resümee gezogen: „Weder wurden Bücher generell stark teurer, noch wurde der Konsument im Angebot eingeschränkt noch hat ein Massensterben stattgefunden.“<sup>15</sup> Es überrascht nicht, dass ein Anbieter in der Schweiz – es handelt sich um Weltbild – ein paar Stunden nach der de facto Aufhebung des festen Ladenpreises die Preise für aktuelle Bestseller um gleich 30 Prozent senkte. Doch seit dem August dieses Jahres ist Einiges in Richtung Preisbindungsgesetz in Bewegung gekommen. Am 25. August hat die dortige parlamentarische Kommission für Wirtschaft und Abgaben (WAK) mit knapper Mehrheit beschlossen, in Detailberatungen für ein Gesetz einzusteigen.<sup>16</sup> Kurz davor hatte die Regierung eine Studie vorgelegt, die zum Schluss kommt, dass die Aufhebung der Preisbindung bei Büchern – wohl gemerkt nach neun Monaten – keine großen Auswirkungen auf die Preise gehabt hätte. Der Buchhandel hat dem Befund ener-

<sup>14</sup> Gefahr aus heiterem Himmel. In: *Börsenblatt* 2-2008, S. 18-19; hier S. 18.

<sup>15</sup> Zitiert nach: Ein Jahr nach dem Fall der Schweizer Preisbindung/„Kein Massensterben“. In: *buchreport express*, Nr. 18, 30. April 2008, S. 21.

<sup>16</sup> Preisbindung: Weg für ein Gesetz ist frei. [www.boersenblatt.net](http://www.boersenblatt.net), 25. August 2008.

gisch widersprochen. Beobachter meinen, ein seriöser Befund wäre erst nach etwa drei Jahren möglich.<sup>17</sup>

Die Aufgabe der Buchpreisbindung hat aber zur Folge gehabt, dass der *Verein der unabhängigen Kleinbuchhandlungen* (VUKB) in der Schweiz so etwas wie „Artenschutz“ gefordert hat, sprich: staatliche Unterstützung bzw. ein Hilfspaket, um die Schweizer Buchhandelslandschaft und Buchkultur zu erhalten.<sup>18</sup> (Ein Vorbild für ihre Vorstellung von direkten staatlichen Hilfen findet der Schweizer Verein in Frankreich, wo die Kulturministerin ein Hilfspaket ausarbeiten ließ.<sup>19</sup>)

Es gibt ernstzunehmende Stimmen, die heute wie damals, eine „Buchhandelskatastrophe“ im deutschsprachigen Raum voraussagen, falls es zum Ende der Buchpreisbindung in Deutschland kommt. Man verweist nicht zu Unrecht auf das warnende Beispiel Großbritannien, wo – nach Meinung vieler – die Buchhandelsstrukturen sich dramatisch verschlechtert haben. (Stichwort: größere Verbreitung von Bestsellern, deutliche Zunahme der Preisnachlässe, empfohlene Preise für Bücher sind fast doppelt so stark gestiegen wie die Inflationsrate usw.) Ich möchte hier die Leiterin des Berlin-Verlags, Elisabeth Ruge, zitieren: „Wir müssen den Leuten klar machen, dass uns ohne Preisbindung nicht einfach ein paar weniger unabhängige Buchhandlungen und ein paar mehr Hugendubels oder Thalias erwarten, sondern dass die Landschaft dann bald grundlegend anders aussehen wird.“<sup>20</sup>

- **Kommt das E-Buch nun doch noch?**

„Kommt das E-Buch nun doch noch?“ fragte die Buchhandelszeitschrift *BuchMarkt* in einem Bericht im Juli 2007. Fürwahr, manche von uns würden fragen: „ja, vor zehn Jahren, da war was“. E-Books, also elektronische oder digitalisierte Bücher wurden nach ihrem ersten Erscheinen vom Publikum oder potentiellen Nutzern trotz einer ersten Blütezeit Ende der 90er Jahre – siehe *Rocket e-books* – nie recht angenommen. (Obwohl ich Material zu verschiedensten Buchhandelsthemen regelmäßig zusammentrage, habe ich bald aufgehört, Artikel über E-Books zu sammeln, denn ich dachte, sie hätten wegen mangelnden Zuspruchs keine Zukunft.) Nebenbei bemerkt müssen wir zwischen einem gewöhnlichen PC, auf dem man den Text lesen kann, und *eigenen* Lesegeräten unterscheiden. Jetzt erleben sie einen Neustart und große Medien- und Elektronikkonzerne zum Beispiel investieren Millionenbeträge beispielsweise in E-Paper und E-Ink. Doch was elektronische Bücher betrifft, so wachsen die Umsätze, wenn auch nicht im deutschsprachigen Raum, so doch im Ausland signifikant. Nach offiziellen Zahlen in den USA für das Jahr 2007 wuchs der Umsatz mit E-Books um rund 56% auf 67 Millionen Dollar.<sup>21</sup> Interessant ist nun, wie einige

<sup>17</sup> Ausser Schnäppchen nichts gewesen. Ende der Buchpreisbindung hat laut Studie kaum Effekte auf Preise. *NZZ Online*, 22. August 2008.

<sup>18</sup> Kleine fordern Subvention. Schweizer Buchhandel ein Jahr nach dem Fall der Preisbindung. In: *buchreport express* Nr. 16, 17. April 2008, S. 1.

<sup>19</sup> Alarm in den Alpen. Schweizer Buchhandel fordert staatliche Schützenhilfe. In: *buchreport express* Nr. 16, 17. April 2008, S. 18. In folgenden europäischen Ländern gibt es eine Buchpreisbindung: Portugal, Spanien, Frankreich, Italien, Österreich, Ungarn, Griechenland, Deutschland, Niederlande, Dänemark und Norwegen. Folgende Länder haben keine Preisbindung: Polen, Tschechien, Estland, Finnland, Schweden, Irland, Großbritannien, Belgien, Luxemburg, Schweiz. (Stand 2007)

<sup>20</sup> Erschreckend, öde, tot. Preisbindung. Berlin-Verlag-Chefin Elisabeth Ruge und ihr Vertriebsleiter Uli Hörneman sagen für den Fall des Falles eine Buchhandelskatastrophe voraus. In: *Börsenblatt* 15-2008, S. 24-25; hier S. 25.

<sup>21</sup> Random House feiert Erfolge mit kostenlosen Downloads. In: *buchreport express* Nr. 16, 17. April 2008, S. 16.

amerikanische Großverlage wie HarperCollins und Random House neue Vertriebsmodelle testen. Diese reichen vom kapitelweisen Verkauf einer Neuerscheinung bis zum befristeten Geschenk. So oder so dienen die Modelle als Werbung für eine Neuerscheinung, die demnächst auf den Markt kommt.

Da hat sich in den vergangenen 12 Monaten einiges getan. Im November 2007 hat der Internet-Einzelhändler Amazon erstmals ein elektronisches Gerät zum Lesen digitaler Bücher vorgestellt. Das E-Book wurde „Kindle“ getauft. Kostenpunkt derzeit \$ 359. Die anfängliche Nachfrage war offenbar so groß, dass man mit der Produktion nicht nachgekommen ist und es Wartezeiten gegeben hat. In der Online-Werbung liest man dazu: „Amazon Kindle is a wireless, portable reading device with instant access to more than 150,000 books, blogs, newspapers and magazines. Whether you're in bed or on the train, Kindle lets you think of a book and get it in less than a minute.“ Man kann über einen WLAN-Zugang auf Amazons Online-Shop zugreifen. Seit der Markteinführung von Kindle ist bekannt, dass Amazon nun den lukrativen Buchmarkt an den Universitäten im Visier hat und eine Version seines Readers für Studenten angekündigt hat. Textbücher machen in den USA einen Jahresumsatz von 5.5 Milliarden Dollar aus, und die meisten wissenschaftlichen Verleger bieten sowohl eine gedruckte Ausgabe als auch eine digitale Version ihrer Publikationen an. Amazon will den deutschsprachigen Raum im Jahr 2009 mit Lesegeräten versorgen. Ein großer wissenschaftlicher Verlag – McGraw-Hill Education – gibt 95% seiner Bücher in beiden Formaten heraus! Die Kehrseite der Medaille: wie es aussieht, wird das Geschäft mit E-Books, das über Online-Portale läuft, an der klassischen Buchhandlung vorbeigehen. Hinzu kommt, dass die Buchpreisbindung für E-Books nicht gilt. Ersteres gilt allerdings nicht für ein neues E-Buch-Unternehmen aus Österreich. Das Wiener Startup-Unternehmen nennt sich HIXBOOKS und wurde von drei Jungunternehmern, Daniel Schreiner, Florian Treml und Lothar Mausz, ins Leben gerufen. In ihrem Konzept nehmen Buchhändler nämlich einen zentralen Platz ein. Sie haben auch ein eigenes Lesegerät entwickelt, das sich „Hix-Reader“ nennt. Wie das Gesamtkonzept aussieht und wie man mit dem Lesegerät umgeht, werden wir im Seminar am 28. Oktober persönlich erfahren. Da wird Daniel Schreiner von Hixbooks unser Gast sein. Nähere Informationen findet man im Internet auf [www.hixbooks.net](http://www.hixbooks.net).<sup>22</sup>

Im Jahr 2004 hat der Großkonzern SONY versucht, den E-Books-Markt mit einem READER, also einem eigenen Lesegerät – damals zu einem Preis von ca. 190 Euro, zu erobern. Im Sommer (2008) kam die Meldung, dass SONY das Geschäft mit elektronischen Büchern ausweiten möchte. Neu ist der Umstand, dass es nun möglich ist, auch E-Books von anderen Anbietern auf das Gerät zu laden. Auf Vor- und Nachteile beider Systeme oder deren Zukunftschancen gehe ich hier nicht ein. Fest steht, dass SONY und Amazon glauben, mit E-Books künftig ein Geschäft zu machen. Das gibt es auch. Und dass der Markt in Bewegung ist, steht außer Zweifel. So ist heuer auf der London Book Fair ein regelrechtes E-Book-Fieber ausgebrochen, nachdem zwei Großverlage – Penguin und Pan Macmillan – angekündigt haben, bald alle Neuerscheinungen parallel gedruckt und digital herauszubringen. In den USA verzeichnet das elektronische Buch ein sattes Umsatzplus von 56%.<sup>23</sup> Tendenz steigend. Ein richtiger Anstieg begann sich – nach der Einführung von Kindle im November 2007 im ersten Quartal dieses Jahres – abzuzeichnen. Es ist von einem Anstieg auf dem amerikanischen Markt auf ungefähr 10 Millionen Dollar die Rede. Nach der Studie eines Beratungsunternehmens „ist im Zeitraum 2008-2012 ein jährlicher

<sup>22</sup> Dazu Return of the Middlemen. In: *Anzeiger. Das Magazin für die österreichische Buchbranche*, August 2008, S. 12-13.

<sup>23</sup> Aus dem Netz. In: *buchreport express* Nr. 16, 17. April 2008, S. 5.

Zuwachs des E-Book-Marktes um 38.2 Prozent zu erwarten. Das ergäbe am Ende des Beobachtungszeitraumes einen Anteil von 5.5 Prozent an den Buchverlagsumsätzen“.<sup>24</sup>

Fazit eines Marktbeobachters über die Folgen der Digitalisierung für die Buchbranche: „Dass wir uns nach 500 Jahren in einer Revolution befinden, was das Datenträgersystem Buch betrifft, das ist mittlerweile unbestreitbar. Der Einschnitt, den wir gerade durchleben, ist genauso dramatisch wie die Erfindung der Buchdruckerkunst.“<sup>25</sup> Vielleicht steht uns ein echter Medienwechsel bevor? Hat das gedruckte Buch eine Zukunft?

- **Wenn Online Print verdrängt oder: Wissen neu vermarktet**

Es ist fast banal zu sagen, dass die Art und Weise, wie wir zu Informationen kommen, im Zeichen eines Medienwechsels – bzw. wandels steht. Und im Zeitalter des Internets liegt es in der menschlichen Natur zu meinen, zu glauben, dass diese Informationen, diese Inhalte, kostenlos sein sollen. Den Medienwechsel haben in den vergangenen Jahren die etablierten Lexikaverlage zu spüren bekommen. Jüngstes Opfer: das altehrwürdige Unternehmen Brockhaus und die *Brockhaus Enzyklopädie*. Anfang dieses Jahres hat Brockhaus großes Aufsehen erregt, als die Manager ankündigten, ihre große Enzyklopädie kostenlos im Internet zugänglich zu machen. Man war dabei, die an die 300.000 Stichwörter in der Printausgabe internetgerecht aufzuarbeiten. Dazu die Eigenwerbung auf der Firmenhomepage: „Nachschlagen in neuer Form – die neue Brockhaus Enzyklopädie online.“ „Der personalisierte Onlinezugang zur neuen Brockhaus Enzyklopädie garantiert auch im Internet einen absolut verlässlichen Zugriff auf das gesicherte Wissen der Welt.“ Die Adresse: <http://www.brockhaus-enzyklopaedie.de>. Die Begründung für den vergleichsweise „spät“ erfolgten Schritt: der stark rückläufige Printabsatz. Die Verlagsgruppe Brockhaus meldete für das Geschäftsjahr 2007 einen Verlust von 6.5 Millionen Euro. Im Lexikonbereich musste sie hohe Absatzrückgänge hinnehmen, betroffen seien alle Nachschlagewerke.<sup>26</sup> Brockhaus hat den für den 15. April 2008 geplanten Start des neuen Internetangebots ‚Brockhaus online‘ verschoben. Der Grund: man wolle mit weiteren potentiellen Kooperationspartnern verhandeln. Die Nachricht vom Online-Angebot hat aber eine kuriose Folge gehabt, nämlich eine verstärkte Nachfrage nach der Printausgabe. Seit Bekannt werden der Online-Offensive sei die Zahl der Enzyklopädie-Bestellungen (...) steil in die Höhe gegangen. (ebda.)

Der Online-Markt mit kostenlosem Wissen ist bereits heiß umkämpft, für manchen Zugang ist eine (Jahres)gebühr zu zahlen (sprich: Flatrate Abo), viele sind aber kostenlos. Mit dem Schritt zur Online-Enzyklopädie stellt sich Brockhaus der Konkurrenz. Beispiele sind das Lexikon [www.meyers.de](http://www.meyers.de), das Magazin Spiegel Online = die neue Spiegel Wissen-Plattform ([wissen.spiegel.de](http://wissen.spiegel.de)), [www.wissen.de](http://www.wissen.de), und – wer könnte es vergessen? – das Mitmach-Lexikon *Wikipedia*. Brockhaus und Spiegel setzen auf Werbefinanzierung. Im englischsprachigen Raum hat die renommierte *Encyclopaedia Britannica* sehr früh und radikal auf die digitale Übermittlung gesetzt, aber ihre damalige Entscheidung, die Printausgabe aufzugeben, revidiert. Sie ist wieder bei einem Parallelangebot mit der direkt vertriebenen 32-bändigen Enzyklopädie gelandet. Es

<sup>24</sup> E-Medien in Motion. In: *Anzeiger. Das Magazin für die österreichische Buchbranche*, Juli 2008, S. 26.

<sup>25</sup> eBooks. Helge Malchow über die Folgen der Digitalisierung für die Buchbranche. In: *buchmarkt.de - Magazin der Buchbranche*, 27.7.2008.

<sup>26</sup> Lexika sorgen für sattes Minus. [www.boersenblatt.net](http://www.boersenblatt.net), 9.6.2008.

wird die große Enzyklopädie alle zwei Jahre aktualisiert gedruckt weiter geben. Derzeit hat man als Einzelnutzer für 51 Euro im Jahr Online-Zugang zum Großlexikon.<sup>27</sup> Wie sich die Wissensvermarktung im Internet entwickelt, wird Thema eines Referats sein.

Dass das Internet bei Enzyklopädiën einen Medienwechsel erzwungen hat, mag nur geschäftslogisch sein. Ich möchte zum Schluss dieses Abschnitts auf eine Umfrage aus diesem Jahr zu sprechen kommen, die Firmen dazu zwingen, mit der Zeit zu gehen oder auf der Strecke zu bleiben. Die einfache, konkrete Frage lautete: „Welches Medium bevorzugen Sie, wenn Sie sich umfassend über ein bestimmtes Thema informieren möchten?“ Die Ergebnisse: Das Internet, 2006 von 34% als bevorzugtes Informationsmedium genannt, ist jetzt bereits bei 48 Prozent der favorisierte Kanal. Zeitschriften, vor zwei Jahren noch von 39% am häufigsten als Quelle der ersten Wahl genannt, werden jetzt nur noch von 32% bevorzugt. Sachbücher hatten 2006 noch 23 Prozent genannt, jetzt sind es nur noch 18%. Es fragt sich, für wen man da noch Printausgaben der Lexika herausbringen soll. Vor allem dann, wenn man die Entwicklung in der Altersgruppe der Unter-30-Jährigen anschaut. 80 Prozent der Jugendlichen und jungen Erwachsenen geben die Online-Suche als wichtigstes Informationsmedium an. Vor zwei Jahren waren es nur 66%.<sup>28</sup> Die Printmedien spielen folglich nur noch eine marginale Rolle. Das bekommen nicht nur Lexikon-Verlage, sondern auch Tageszeitungen zu spüren, was ein anderes Thema ist. Und wenn wir gerade von Auswirkungen des Internets auf Verlage sprechen: auch der Reisebuchmarkt spürt den Medienwechsel. Stichwort: Elektronisierung der Reiseinformation. Ja, seit Jahren hat sich die Reise- und Routenplanung immer stärker ins Internet verlagert, die Zahl der Navigationsgeräte ist explodiert, die Reiseinformation wird zunehmend elektronisiert. Wozu brauche ich (gedruckte) Bücher? Wozu brauche ich Landkarten?<sup>29</sup> Dafür haben die Billig-Flieger-Airlines bewirkt, dass es verstärkte Nachfrage nach kleinen Städtereiseführern gibt ... etwa von Reclam.

### • Billig-Buch-Reihen und Sondereditionen

Ein interessantes Phänomen der letzten Jahre, mit dem wir uns näher beschäftigen werden, sind die Billig-Buch-Reihen und Sondereditionen. Hier sind Branchenfremde – meist Zeitungs- oder Zeitschriftenverlage – in den Buchhandel eingestiegen. Die neuen Reihen haben den Markt praktisch überschwemmt bzw. einigermaßen durcheinander gebracht. Mit „durcheinander“ meine ich das Preisgefüge. Auf einmal können Konsumenten Bücher mit 500, 600, 700 Seiten oder mehr zu einem Tiefstpreis, ja billiger als ein gewöhnliches Taschenbuch kaufen. Und manche Käufer werden sich fragen, warum die Novitäten im Hardcover denn so teuer seien, bzw. sein müssen. Warum die Bücher und DVDs so billig sein können, liegt auf der Hand. Es handelt sich um eine *Wieder-* oder *Weiterverwertung* von Objekten, die ihr „erstes Leben“ am Markt bereits hinter sich haben. Originalverlage verkaufen Lizenzrechte an die Wiederverwerter und verdienen auch daran, trotz der Konkurrenz mit den eigenen Originalausgaben. Oder es sind tantiemenfreie Werke. Anders formuliert: es sind Bücher etc., die nicht erst unter großem finanziellen Aufwand beworben werden

<sup>27</sup> Näheres dazu: Britannica bastelt weiter an den Geschäftsmodellen. In: [www.buchreport.de](http://www.buchreport.de), 16. Juli 2008.

<sup>28</sup> Wenn Online Print verdrängt. In: *buchreport express* Nr. 13, 27. März 2008, S. 8.

<sup>29</sup> Dazu „Der Reisemarkt spürt den Medienwechsel.“ In: *buchreport express* Nr. 26, 28. Juni 2007, S. 1.

müssen. Und die Wiederverwerter (siehe Zeitungs- und Zeitschriftenverlage) können mit eigenen Etats selber die Werbetrommel für ihre Produkte rühren. Der traditionelle Buchhandel verkauft die Produkte auch, und der Konsument freut sich, zu einem niedrigen Preis in den Besitz eines Buches, einer DVD, die für ihn seinerzeit zu teuer oder unerschwinglich war, zu gelangen. Der prominenteste Erfolg der letzten Jahre ist zweifelsohne die Bibliothek der *Süddeutschen Zeitung* (zu Beginn 50 große Romane des 20. Jahrhunderts mit Fortsetzung, dann um Filme und Musik etc. ständig erweitert). Es ist daher kein Wunder, dass auch andere Printmedien auf den fahrenden Zug aufgesprungen sind und auch gute Geschäfte gemacht haben. Zu nennen wären unter vielen anderen die Wochenzeitung *Die Zeit*, das Massenblatt *Bild* („Bild-Bestseller-Bibliothek“), die *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, das *Bild am Sonntag* („Fantasy-Bibliothek“), oder *Brigitte*. Ein Vorteil aus der Sicht des Anbieters: man bewirbt nicht ein Einzelobjekt, sondern gleich mehrere, und eine Reihe suggeriert und fördert Kundenbindung („Ich möchte sämtliche Bücher/DVDs erwerben.“). Der Buchhandel mag diesen Projekten am Anfang mit Skepsis gegenüber gestanden sein, aber man darf nicht vergessen, dass die großen Zeitungs- und Zeitungsverlage, die hinter den Reihen stehen, über keinen eigenen Arm zur Belieferung des Publikums verfügen. Das Phänomen Billig-Buch-Reihen etc. bedeutet auch in anderer Hinsicht eine Verkehrung der Buchbranche: über Buchprogramme hatten bisher oder früher Verlage entschieden, nun sind es Zeitungs- oder Zeitschriftenredaktionen. Eine Frage, der nachgegangen werden soll, ist, wie viele Editionen verträgt der Markt?

- **Der Hörbuch-Markt**

Hörbücher sind aus unserem Leben nicht mehr wegzudenken. Das Medium spricht nicht nur lesefaule, lesefremde Menschen an, die sonst nicht zu einem gedruckten Buch greifen würden, oder gar nur sehgeschwache Menschen, sondern auch gestresste Manager, die etwa beim Autofahren ihre Zeit gleichsam verdoppeln können oder Eltern, die zum Vorlesen keine Zeit haben. Der Hörbuchmarkt ist inzwischen genauso unüberschaubar wie der gewöhnliche Buchmarkt. Schätzungen nach gibt es etwa 20.000 Hörbücher am Markt und täglich werden es mehr. Obwohl die Blütezeit der Hörbücher in unseren Breitengraden in der ersten Hälfte der 1990er Jahre einsetzte, sind „audio books“ wie sie im englischen heißen, keine brandneue Vertriebsmethode gewesen. Wir kennen nach dem Zweiten Weltkrieg auch das Medium Langspielplatte, die u.a. im Angebot der Buchgemeinschaft Donauland, Literaturlaufnahmen anbot. Die Platte wurde von der Audiokassette – inzwischen ein Dinosauriermedium – abgelöst, um seit Anfang der 80er Jahre von der Compact Disc (CD) abgelöst zu werden. Auch die CD ist inzwischen eine veraltete Technologie und gerade Hörbücher werden inzwischen als mp3-Downloads und iPods angeboten. Nur ein Beispiel aus dem großen Angebot: die vollständige Bibel ist gleich in mehreren Ausgaben zu haben! Ein Beispiel für viele – und das Adjektiv *viele* ist nicht übertrieben: Diogenes Hörbuch bietet die ungekürzte Lesung der Bibel (Altes und Neues Testament) auf 10 MP3-CD. Spieldauer 6.316 Minuten. In einer Verlagsanzeige liest man: „Das Buch der Bücher – jetzt als Hörbuch der Hörbücher!“ Der Preis: 49 Euro. Laut Verlag ist diese Bibelausgabe erfolgreicher als so mancher Donna Leon-Titel.

Manche Branchenzeitschriften haben kürzlich berichtet, dass es zwar lange Zeit spektakuläre Wachstumsraten gegeben hätte, aber der große Aufschwung nun zu Ende sei. Man zitiert sinkende *Umsatzzahlen* im vergangenen Jahr, aber man darf nicht vergessen, dass Umsatz und Absatz bei sinkenden Stückpreisen zwei paar Schuhe sind. In einem Referat werden wir versuchen, einen Überblick über die

Marktentwicklung zu bekommen. Nebenbei bemerkt: seit August 2007 gibt es in Wien die erste Hörbuchhandlung mit Downloadshop. Die Firma heißt AUDIAMO, befindet sich in der Kaiserstraße 70 im 7. Bezirk und bietet an die 6.000 Hörbücher an. Die Webadresse: [www.audiamo.com](http://www.audiamo.com). Im Rahmen des Referats wäre es nicht uninteressant, den Geschäftsführer zu interviewen. Es wird auch interessant sein zu erfahren, welche Hörbuchanbieter – sprich: Verlage – es in Österreich gibt. Bei Kinder- und Jugendbüchern dürfte nur Ueberreuter im Geschäft sein, andere Verlage haben sich vom Hörbuchmarkt wieder zurückgezogen.

## • Der Gebrauchtbuchmarkt

Das Geschäft am so genannten „Gebrauchtbuchmarkt“ – und das Wort verwende ich hier statt „Antiquariat“ – ist auch nicht mehr wie früher. Er floriert wiederum „dank“ des Internets und wird immer unübersichtlicher. Wie in manchen Berichten zu lesen ist: der Markt wächst rasant. Nicht alle haben Grund, darüber erfreut zu sein, denn etwas pointiert formuliert, läuft das althergebrachte Antiquariat Gefahr, von Online-Anbietern „umgebracht“ zu werden. Der Grund ist einleuchtend: dank Online-Suchmöglichkeiten unter hunderttausenden Titeln etwa im ZVAB (mehr darüber später) kann man beim gesuchten Werk die Preise vergleichen ohne zahlreiche Antiquariatskataloge durchstöbern zu müssen und gleich die preisgünstigste Ausgabe eines gesuchten Buches wählen und kaufen. Ja, die herkömmlichen Antiquariatskataloge, die in der Herstellung sehr teuer sind, scheinen mehr oder weniger ausgedient zu haben. Und für ein Antiquariat ist ein Geschäftslokal etwa in Innenstadtlage mit entsprechend teurer Miete wegen des verstärkten Versands nicht mehr so notwendig wie früher.

Dass es auf diesem relativ neuen, boomenden Markt *nur* mit rechten Dingen zugeht, kann man ausschließen. Es gibt auch einen blühenden Handel mit „Schein-Mangelexemplaren“. Es gibt Klagen – auch gerichtliche – , dass auf diese Weise die gesetzliche Preisbindung häufig unterlaufen wird. Oft ist eine Neuerscheinung nach nur wenigen Tagen am Markt bereits *verbilligt* auf einer Online-Plattform zu haben. Die Grenzen zwischen einem ‚gebrauchten‘ und einem antiquarischen Buch sind leicht verwischt.

So stand der Online-Marktplatz Ebay vor vier Jahren unter Verdacht, im Auktionshandel völlig neue Bücher (originalverpackte Bücher) unter dem Ladenpreis abgegeben zu haben. Ein Journalist erklärte, er habe vor allem ungelesene Rezensionsexemplare abgesetzt. Die Buchbranche sah darin eine Unterwanderung der Buchpreisbindung. Die Frage lautete: darf ein privater Verkäufer, also jemand, der nicht geschäftsmäßig oder gewerbsmäßig auftritt, seine Bücher im Internet versteigern? Sie letztlich unterhalb des festgelegten Ladenpreises abgeben? Oder verstößt er damit gegen die Buchpreisbindung. Das Oberlandesgericht Frankfurt fällte am 15. Juni 2004 ein Grundsatzurteil. Fazit: „Neue Bücher dürfen auch bei Ebay nicht ohne weiteres unter dem Ladenpreis verkauft werden. Weiters meinte das Gericht: „Personen, die jedoch nur gelegentlich ein gekauftes oder geschenktes Buch bei Ebay versteigern, sind von dem Urteil nicht betroffen. Generell ausgeschlossen von der Preisbindung sind gebrauchte Bücher und Mängelexemplare.“<sup>30</sup>

<sup>30</sup> GRUNDSATZURTEIL. Auch bei Ebay gilt die Buchpreisbindung. In: *manager-magazin*, 15.6.2004 ([manager-magazin.de](http://manager-magazin.de)). Siehe dazu auch „Wir gehen auch jedem Hinweis nach.“ In: *Buch-Markt*, Januar 2006, S. 48. „Hinter der Bezeichnung ‚gebraucht‘ verbergen sich im Internet oft verlagsneue Bücher. Doch in vielen Fällen kann ein Preisbindungsverstoß nicht nachgewiesen werden.“

Auch das Bild des Antiquariats hat sich durch den Internethandel mit Büchern gewandelt. So ändert sich, wie vorhin angedeutet, ständig das Verhältnis *Ladenumsatz vis à vis Internetumsatz*. Es gibt sehr viele Anbieter: Nach dem ZVAB, dem Zentralen Verzeichnis antiquarischer Bücher, das im Herbst 1996 mit rund 20.000 Büchern in Berlin startete, haben andere Plattformen das Geschäft mit gebrauchten Büchern entdeckt, so etwa Amazon, Ebay, buch.de, Abebooks usw. usf. entdeckt. Das ZVAB meldete für das Jahr 2007 einen Umsatz von 4.1 Millionen Euro und erwartet in diesem Jahr eine Steigerung auf 4.5 Millionen.<sup>31</sup> Für professionelle Händler und private Buchverkäufer gibt es sogar einen eigenen Leitfaden bzw. Ratgeber mit dem Titel *Bücher erfolgreich im Internet verkaufen*.<sup>32</sup> Im Rahmen eines Referats werden wir uns näher mit dem Thema befassen.

- **Der Ratgeber-Markt**

Ein weiteres Thema, mit dem wir uns in unserem Überblick befassen werden, ist der Markt für Ratgeberbücher. Dass es für praktisch alles im Leben „schriftliche Anleitungen“ gibt, entgeht uns nicht, spätestens wenn wir die Fachzeitschriften durchblättern. Oft kommt „Rat“ von unerwarteter Seite. Der Entertainer Dieter Bohlen hat wieder zugeschlagen, aber nicht mit weiteren Details aus seinem Privatleben. Das neue, bei Heyne erschienene Werk heißt: *Nur die Harten kommen in den Garten. Der Weg zum Superstar*. In seiner unbescheidenen Werbung spart der Verlag nicht mit Superlativen, und warum auch?: „Die ultimativen Tipps des erfolgreichsten deutschen Pop-Produzenten aller Zeiten“.

Wenn man nicht die Umsatzzahlen bei Ratgebern anschauen würde, würde man wohl dazu neigen, den Stellenwert dieser Warengruppe zu *unterschätzen*. Laut einer maßgeblichen Erhebung zu Beginn des Jahres machten „Ratgeber“ immerhin 26.3 Prozent der Umsätze in Österreich aus!<sup>33</sup> Für Deutschland kursiert die Zahl 16.5 Prozent, und das bedeutet, dass Ratgeberbücher nach der Belletristik die zweitwichtigste Buchgattung ist. Hier eine technische Anmerkung, damit keine Missverständnisse in der Abgrenzung vom „Sachbuch“ entstehen: Im Jänner 2007 wurde der Ratgeberbereich in einer Neuaufstellung der Warengruppen vom Sachbuch getrennt.<sup>34</sup> Wie bei der Gruppe „Reisebücher“, sind Ratgeberbücher auch nicht von den Auswirkungen der Digitalisierung verschont geblieben. „Im Internet finden sich nicht nur Tipps zu Balkonpflanzen oder gegen Kopfschmerzen, sondern insbesondere der Kochbuchbereich ist aufgrund zahlreicher Online-Kochportale angeschlagen.“<sup>35</sup> Auch hier also eine Herausforderung durch das Internet. (Nähere Informationen: [www.boersenverein.de](http://www.boersenverein.de).) Im Rahmen eines Referats werden wir versuchen, uns einen Überblick über dieses Marktsegment zu verschaffen.

<sup>31</sup> Vorsichtige Expansion. In: *buchreport express* Nr. 10, 6. März 2008, S. 15.

<sup>32</sup> Klaus Waller/Sarah Schönfelder: *Bücher erfolgreich im Internet verkaufen*. Berlin: Autorenhaus Verlag, 2007. Der Verlag für Autoreninformation ist u.a. auf Fachbücher für Theater-, Drehbuch- & Buchautoren spezialisiert. Er wurde 1966 in Berlin gegründet.

<sup>33</sup> Buchhandelspanel Jänner 2008. In: *Anzeiger. Das Magazin für die österreichische Buchbranche*, Februar 2008, S. 38.

<sup>34</sup> Ab Jänner 2007 wurde eine neue so genannte „Warengruppensystematik“ eingeführt. Eine neue Einteilung der Titel sollte helfen, die einzelnen Marktsegmente deutlicher abbilden zu können. Siehe Eindeutige Zuordnung. In: *Börsenblatt* 46-2005, S. 41.

<sup>35</sup> Sarah Shokouhbeen: Guter Rat ist teuer. In: *Anzeiger. Das Magazin für die österreichische Buchbranche*, Jänner 2008, S. 16-17; hier S. 16.

- **Abstieg der Buchgemeinschaften**

Wie *Welt Online* am 10. Juli dieses Jahres meldete: „Die Ära der Buchclubs geht zu Ende“. Während Vertriebswege für Bücher wie der Online-Buchhandel in der heutigen Zeit immer mehr an Bedeutung gewinnen, sieht es für die Buchgemeinschaften und Buchclubs eher düster aus. Sie sind im Abstieg begriffen und haben ihre schönste Zeit wohl hinter sich. Doch historisch gesehen haben sie eine wichtige Funktion erfüllt. Von manchen vielleicht belächelt, haben die Buchgemeinschaften, obwohl stets ein toleriertes rotes Tuch für den traditionellen Buchhandel, in der Lesegeschichte des 20. Jahrhunderts bzw. der Verbreitung von Lesestoff besonders stark nach dem Zweiten Weltkrieg eine sehr wichtige Rolle gespielt. Stichwort: Lesen auf dem Lande. Für Menschen, die fern der nächsten Buchhandlung lebten und noch dazu unter Schwellenangst litten, war der Besuch eines persönlichen Betreuers mit dem Quartalskatalog etwas Besonderes. Durch den Quartalsband konnte man das Gefühl haben, an der neuesten Literatur der großen weiten Welt teilzuhaben. Heute würde man wohl den Begriff „bildungsferne“ Schichten verwenden. Und das zu einem günstigen bzw. erschwinglichen Preis. So wuchs die Bibliothek daheim um vier Bücher pro Jahr. Oder gar um Schallplatten, die auch im Angebot waren. Doch in den letzten Jahren ist es zu einem Mitgliederschwund gekommen. Siehe oben: andere Vertriebswege, und manche Clubs sind dazu übergegangen, ihr Angebot um non-books und Nicht-Medien reichlich zu erweitern. Obwohl ursprünglich und primär auf den Versand ausgerichtet, haben sich die vielfach eingerichteten „Filialen“ nicht rentiert. Wie sieht es beim traditionellen Marktführer Bertelsmann aus? In den etwas blumigen Worten des Bertelsmann-Chefs Hartmut Ostrowski im März dieses Jahres ist es mit dem „Commitment-Geschäft“ vorbei. Das ist Neudeutsch für die Grundidee der Mitgliedschaft mit Abnahmeverpflichtung (i.e. Quartalsbänden). Dieser Idee wird „grundsätzlich die Zukunftsfähigkeit abgesprochen“, so Ostroski, als der Medienkonzern für seine U.S.-Clubs und den deutschen Club Bertelsmann auf Käufersuche war.<sup>36</sup> Nicht zuletzt durch das Internet (und Buch-Medienfilialen in allen kleinen Orten, in Österreich u.a. Libro) hat sich das Käuferverhalten grundlegend geändert. Die Bindung in Gestalt der Abnahmeverpflichtung bzw. Mitgliedschaft, wollen immer weniger Kunden. So hat Bertelsmann im Frühjahr 2008 eine neue Strategie entwickelt, um zu retten, was noch zu retten ist: somit wird die Einstiegsschwelle für Neumitglieder weiter gesenkt. „Neben einem kostenlosen Buchpaket zum Start sowie 10 Euro Guthaben für nachfolgende Einkäufe wird die Mitgliedschaft als loses Band klassifiziert: ‚Durch zwei Einkäufe pro Jahr sichere ich mir alle Club-Vorteile.‘ Und nach dem Kauf von zwei Artikeln könne das Mitglied jederzeit kündigen.“ (ebda.) Aber auch eine weitere Überlebensstrategie wird probiert. Man bietet „Exklusivtitel“ an, d.h. Novitäten, die noch nicht auf dem regulären Markt erschienen sind. Der jeweils mutmaßliche Verkaufsschlager soll die Kauflust der Club-Stammkunden wecken und gleichzeitig Mitglieder locken. Dass der Preis unter dem späteren Ladenpreis liegt, versteht sich von selbst.

Seit Jahren geht die Anzahl der Mitglieder bei der Bertelsmann-Tochter Donauland in Österreich ebenfalls drastisch zurück. Das erkennt auch Michael Andreas, Geschäftsführer des österreichischen A & M Verlagsbuchhandels und direkter Donauland-Konkurrent: „Clubmitgliedschaft ist nicht mehr zeitgemäß.“ Strenge Abnahmeverpflichtungen und verstaubte Angebote, meint er, lassen immer mehr branchenfremde Anbieter wie Supermärkte und Diskonter zum Zug kommen. In den Worten

---

<sup>36</sup> Bertelsmann nimmt Abschied vom Commitment-Geschäft. Rückbau beim Club. In: *buchreport express*, Nr. 18, 30. April 2008, S. 19.

des Donauland-Marketingchefs Markus Pinggera: „Wenn dann noch die Buchpreisbindung abgeschafft wird, fällt auch der Clubvorteil.“ In einem Referat werden wir uns mit dem Abstieg der Buchclubs näher beschäftigen.

Einige weitere Themen, mit denen wir uns befassen werden, sind: das Kinder- und Jugendbuch seit Harry Potter, das Geschäft mit „Books on Demand“ bzw. „Print on Demand“, das Marktsegment Religion/Theologie am Beispiel des „Bibel-Booms“ sowie „All-Age-Books“.