

Kathrin Huemer

Die Zukunft des Buchmarktes

**Verlage und Buchhandlungen
im digitalen Zeitalter**

vwh

Verlag Werner Hülsbusch
Fachverlag für Medientechnik und -wirtschaft

K. Huemer: Die Zukunft des Buchmarktes

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet unter <http://d-nb.de> abrufbar.

© Verlag Werner Hülsbusch, Boizenburg, 2010

vwh Verlag Werner Hülsbusch
Fachverlag für Medientechnik und -wirtschaft

www.vwh-verlag.de

Einfache Nutzungsrechte liegen beim Verlag Werner Hülsbusch, Boizenburg.
Eine weitere Verwertung im Sinne des Urheberrechtsgesetzes ist nur mit Zustimmung der Autorin möglich.

Markenerklärung: Die in diesem Werk wiedergegebenen Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenzeichen usw. können auch ohne besondere Kennzeichnung geschützte Marken sein und als solche den gesetzlichen Bestimmungen unterliegen.

Lektorat und Satz: Werner Hülsbusch
Umschlag: design of media, Lüchow
Druck und Bindung: Kunsthaus Schwanheide

Printed in Germany

ISBN: 978-3-940317-73-5

Inhaltsverzeichnis

	Vorwort	7
1	Einleitung	9
1.1	Forschungsvorhaben und Zielsetzung	9
1.2	Aktualität, Quellen und Forschungsstand	12
2	Die Entwicklung des Buchmarktes der letzten Jahre und dessen aktuelle Situation	15
2.1	Der rasante Wandel im herstellenden und verbreitenden Buchhandel	16
2.2	Konkurrenzsituation: Verdrängt der Online-Buchhandel das stationäre Sortiment?	24
2.3	Auswirkungen der Veränderungen auf die Vielfalt am Markt	31
2.4	Online-Anbieter im Vergleich	35
2.4.1	Der amerikanische Vorreiter: <i>Amazon</i>	35
	2.4.1.1 Entstehung und Entwicklung	35
	2.4.1.2 Bedeutung am Markt: <i>Amazons</i> Erfolgsgründe	39
2.4.2	Online-Buchhändler am deutschsprachigen Markt: <i>Buch.de, Buecher.de</i>	42
3	Die Reaktion des herstellenden Buchhandels auf die digitalen Möglichkeiten	45
3.1	Urheberrechtsproblematik	47
3.2	Die Rolle der Buchpreisbindung im Änderungsprozess der Buchindustrie	54
3.3	Die Besonderheiten nach Verlagstyp	62
3.3.1	Fachbuchverlag/Wissenschaftlicher Verlag	62
	3.3.1.1 Direkt-Online-Vertrieb	64
	3.3.1.2 Umgang mit Open Access	66
3.3.2	Belletristik-/Publikumsverlag	71
	3.3.2.1 Direkt-Online-Vertrieb	72
	3.3.2.2 Eine neue Herausforderung für den Vertrieb: Online-Buch- handlungen im Vergleich zum traditionellen stationären Sortiment	74
3.4	E-Books	76
3.4.1	Kosten und Vertrieb	78
3.4.2	Das Lesegerät: Entstehung und Modelle	82

3.4.3	Elektronisches vs. Traditionelles Buch	86
3.4.4	Der Weg zur E-Book-Produktion	88
3.4.5	Zukunftsvisionen für das E-Book und den E-Book-Reader	93
3.5	Alternative Digitalisierung: Gelungene, zukunftsweisende Projekte	96
4	Fazit und Zukunftsperspektiven	101
	Literaturverzeichnis	109
	Auflösung der Weblinks	117
	Register	121

Vorwort

„Ein Buch machen, das kann mittlerweile jeder mit einem PC und einem Webzugang. Er muss nur die richtigen Partner haben – ein Verlag ist hierfür längst nicht mehr notwendig.“

(CLEMENT/BLÖMEKE/SAMBETH 2009: 6)

Diese provokante Aussage ist Dreh- und Angelpunkt vorliegender Arbeit. Wie viel Wahres darin steckt, soll in den folgenden Kapiteln erarbeitet werden.

Vom vielfach heraufbeschworenen Tod des gedruckten Buches wird dabei die Rede sein, ebenso vom möglichen Untergang des klassischen Sortiments und, als Schwerpunkt, interessiert vor allem die Frage nach der Zukunft des Verlages:

Zu den klassischen Herausforderungen, einfach nur ein ‚gutes Buch‘ zu erstellen und anschließend zu verkaufen, kommen neue, zunächst durch die Technologie und dann durch veränderte Nutzungsgewohnheiten verursachte Herausforderungen. [...] Innovationen verlangen Veränderungen – und wenn diese seitens der Kunden vergeblich gefordert werden, dann befriedigen neue Anbieter diese latente Nachfrage (und entwickeln sich zu mächtigen Spielern der Industrie). (ebd.)

„Die Zukunft des Buchhandels“ – wie wird sie aussehen, wird es sie, für einige Marktteilnehmer, überhaupt geben? Und wie gestaltet sich die Reaktion des (herstellenden) Buchhandels¹ auf das digitale Zeitalter? Welche zukunftsweisenden Konzepte sollen seitens der Verlage ihre fortwährende Existenz sichern?

Ausschlaggebend für die Auseinandersetzung mit dem Thema war der, nach Meinung der Autorin, hochaktuelle Anlass, gegeben durch den großen Einfluss der neuen Medien auf die Buchbranche. Die daraus resultierenden neuen Anforderungen führen zu einer komplexen fachlichen Diskussion, welche im Folgenden auch dargestellt wird.

Des Weiteren war der praktische Bezug zur Buchwelt ausschlaggebend. So fließen eigene Erfahrungen und viele Gespräche mit Verantwortlichen im

¹ Unter herstellendem Buchhandel versteht man Verlage, während der verbreitende Buchhandel das Sortiment, die Buchhandlung, bezeichnet.

Zuge meiner Mitarbeit beim *Verlag Antje Kunstmann*, München, in der *Buchhandlung Leporello*, Wien, sowie bei diversen Branchenveranstaltungen in diese Arbeit mit ein.

An dieser Stelle möchte ich ein besonderes Dankeschön an alle, die mich während des Entstehens dieser Arbeit unterstützt haben, aussprechen.

Allen voran danke ich WERNER HÜLSBUSCH für die Möglichkeit, meine Ideen zu publizieren, und ERNST GRABOVSKI für die professionelle Betreuung meiner Diplomarbeit an der Universität Wien, aus der dieses Buch hervorgegangen ist, ferner MORITZ OMASITS für Inspiration zum Thema und fortwährende Unterstützung. Überdies gelten mein Dank und meine Bewunderung meinen Eltern für Anregungen, große Unterstützung und Interesse an meiner Arbeit.

Wien, im Juni 2010

KATHRIN HUEMER

1 Einleitung

1.1 Forschungsvorhaben und Zielsetzung

„In Büchern liegt die Seele aller vergangenen Zeiten.“²

THOMAS CARLYLE

„Bücher sind aber“ – und diese Aussage wird sich wie ein roter Faden durch vorliegende Arbeit ziehen – „nicht nur kulturelle Güter, sondern sie sind auch ökonomische Grundlage einer ganzen Industrie“ (CLEMENT/BLÖMEKE/SAMBETH 2009: 11).

2008 wurden am deutschen Buchmarkt rund 94.300 Neuerscheinungen verzeichnet. Auch wenn der Buchhandel von der Wirtschaftskrise nicht verschont blieb, stieg der Umsatz der Branche erneut. Buchhändlerische Betriebe setzten in jenem Jahr 9,6 Milliarden Euro und damit trotz angeschlagener Wirtschaft um 0,4 Prozent mehr um als im Jahr zuvor.³ Dieser insgesamt positive Wandel drückt aber auch die Schwierigkeiten der Branche aus: Wozu all diese neuen Bücher? Wer kann so viel lesen?

Der Lebenszyklus eines Buches wird – und damit passt er sich an die Schnelllebigkeit unseres Zeitalters an – immer kürzer. Wird ein Buch nicht schon möglichst vor seinem Erscheinen im Handel durch ständige Präsenz in den Medien oder spätestens während seiner ersten Verkaufswochen zum Renner, wird kaum ein Verlag weiterhin Energie und Geld in seinen Erfolg investieren, der Buchhändler reagiert seinerseits mit Remission, um in Lager und Auslage Platz für die folgenden Neuerscheinungen zu machen. Die klassische Einteilung des Verlagsjahres in Frühjahrs- und Herbstprogramm wird langsam, aber sicher, zugunsten einer ständigen Aktualisierung und fortwährend neuer Titel für den Leser aufgehoben.

2 THOMAS CARLYLE: Über Helden, Heldenverehrung und das Heldentümliche in der Geschichte. Zitiert nach: BEIER, B.: *Harenberg Lexikon der Sprichwörter und Zitate*. Dortmund: Harenberg 1997, S. 1280

3 Zahlen entstammen *Börsenverein* (2009: 5 f.); die Zahlen für 2009 waren zum Zeitpunkt der Drucklegung dieses Buches leider noch nicht verfügbar.

Doch wer profitiert von der neuen Schnelligkeit angesichts der Entwicklungen in der Buchbranche? Auch die traditionell stark verankerte Buchbranche (vgl. CLEMENT/BLÖMEKE/SAMBETH 2009: 6) verändert sich: „Der Vertrieb physischer Bücher ist länger als bei jedem anderen Medium vollständig etabliert und die Regeln des Massenmarktes sind vollends ausgebildet, anerkannt und funktionstüchtig“ (MEYER/TREUTLER 2009: 241). Bis zum großen Umbruch der Buchwelt Mitte der neunziger Jahre, ausgelöst durch die zunehmende Bedeutung der neuen Medien und mit einer großen Geschwindigkeit fortschreitend bis zum heutigen Tag und darüber hinaus.

So kann man jedes Jahr in der vom *Börsenverein des deutschen Buchhandels* herausgegebenen Schrift zu Branchenumsatz und –entwicklung (vgl. *Börsenverein 1995–2009*) das stetige Steigen der Online-Buchhandelsumsätze nachlesen.

Täglich neue Wasserstandsmeldungen über neue E-Book-Reader und Leseplattformen, über neue Content-Partnerschaften und Marktteilnehmer machen uns bewusst, dass das E-Book zum Synonym für ein Projekt und einen Prozess geworden ist, dessen Ziel nicht immer klar und dessen Ende nicht absehbar ist. Grob gesagt, handelt es sich um die Transformation des Buchhandels in eine digitale, teilweise virtuelle Welt einer Contentproduktion, -distribution und -rezeption, die sich mit den Strukturen der Printwelt nur noch in Teilen berührt. (ROESLER-GRAICHEN: 2009b)

Der Lebenszyklus des Buches orientiert sich am allgemein schneller werdenden Rhythmus unserer Gesellschaft – doch wie reagiert der Buchhandel darauf?

Es ist in dieser in ihrem Umfang begrenzten Arbeit natürlich unmöglich, gleichermaßen auf alle Neuerungen, die die Digitalisierung der Buchwelt gebracht hat, im Detail einzugehen. So sei etwa auf die Möglichkeiten von Internet, Social Communities und Co. für Verlags- und Sortiments-Pressarbeit hier lediglich am Rande verwiesen.⁴ Des Weiteren sind auch diese Forschungsergebnisse dem schnellen technischen Wandel unserer Zeit sowie der Fülle an Informationswegen und täglich aufkommenden neuen Möglichkeiten für die Buchbranche unterlegen – einigen davon wird keine lange Lebensdauer zuteil werden.

⁴ Mit Weblogs, Podcasts, Guerilla-PR und Co. setzt sich PUTTENAT (2007) detailliert auseinander; zum Social Media Marketing vgl. QUALMAN (2009).

In diesem Sinne steht der Inhalt dieser Arbeit stellvertretend für den starken Wandel. Er wird anhand der wichtigsten⁵ Beispiele deskriptiv digitale Neuerungen vorstellen und soll doch auch einen Weg weisen in Richtung Zukunft und die schon im Titel anklingende Frage nach einer angemessenen Reaktion seitens der Buchbranche beleuchten.

Das Hauptaugenmerk liegt dabei auf dem herstellenden Buchhandel. Wie gehen Verlage mit dem Wandel um? Wie stark passt sich wer jeweils an? Überwiegt die Skepsis und ist das in mancher Hinsicht eventuell gar nicht so falsch? Wo liegt aus heutiger Sicht (die wiederum mit rasantem Tempo zur gestrigen Perspektive wird) die Zukunft?

Zum besseren Verständnis sei angemerkt, dass der Schwerpunkt dieser Arbeit zeitlich gesehen auf den letzten fünf Jahren liegt. So wurden möglichst aktuelle Artikel aus der Fachpresse herangezogen, die zum Großteil zwischen Anfang 2008 und Februar 2010 liegen. Insgesamt wurde – wo notwendig, vor allem bei der Entwicklung verschiedener Technologien – auch weiter zurückgegriffen.

In den ersten beiden Kapiteln soll, zur Einführung ins Thema, die gegenwärtige Situation des Buchhandels und ihre Entwicklung in den letzten Jahren anhand zwei der drei wesentlichen veränderten Rahmenbedingungen beleuchtet werden: zum einen ein gesteigerter Wettbewerb durch die anhaltende Konzentration sowohl im Verlagswesen wie auch im Sortiment, zum anderen der zunehmende Einfluss des Online-Buchhandels. Die Basis aller Veränderungen, ein neues Medien- und Konsumverhalten des Kunden, kann diese Arbeit nur streifen und auf weiterführende Literatur verweisen.

In Kapitel 3, welches den Schwerpunkt der Arbeit darstellt, werden einige Neuerungen im Verlagswesen genauer untersucht. Wie können sich dadurch die Aufgabenbereiche der Verlage verändern? Wichtig hierbei ist eine Differenzierung von wissenschaftlichem Sachbuchverlag und Publikumsverlag. Bei letzterem soll der Schwerpunkt der Fragestellung auf den veränderten Anforderungen des Vertriebes liegen. Wie reagiert der Vertrieb auf seinen neuen Kunden, den Online-Buchhandel?

In der Folge wird der Frage nachgegangen, ob denn, nach all den digitalen Neuerungen, der traditionelle Verlag überhaupt noch eine Zukunft hat beziehungsweise wie die Reaktion aussehen könnte, um in Zukunft auf dem Markt

5 „Wichtig“ ist hier im Sinne der Medienpräsenz gemeint.

zu bestehen. In diesem Zusammenhang wird erneut auch auf das Sortiment Bezug genommen.

Die einleitend dargestellte Bedeutung des Buches für die Entwicklung unserer Gesellschaft soll nach eingehender Auseinandersetzung mit den neuen Medien abschließend wieder aufgegriffen werden. Hat der Wert des Alten sich ins Neue transferiert? Bleiben das Wort, der Text, die Literatur von jener Anziehungskraft und Bedeutung für die westliche Kultur, die sie seit GUTENBERG ohne Zweifel haben, wenn sie nicht mehr gedruckt in einem Umschlag vor uns liegen?

1.2 Aktualität, Quellen und Forschungsstand

Vorliegende Arbeit soll, wie anfangs erläutert, einen Überblick geben. Zur Möglichkeit der intensiveren Auseinandersetzung mit den einzelnen Themen ist immer wieder weiterführende Literatur angeführt. Das Augenmerk dieser Arbeit ist auf eine allgemeine Fragestellung gelegt, weshalb bewusst auf eine zu umfangreiche Darstellung der einzelnen Unterpunkte verzichtet wurde, da diese ohnehin leicht in anderen Werken nachzulesen sind.

Bei der Erarbeitung eines Themas von der Schnellebigkeit der digitalen Welt ist die Aktualität der verwendeten Literatur von entscheidender Bedeutung. Im Text zitierte Zahlen – zu Umsatz(entwicklung), Titelproduktion, usw. – basieren, nach Möglichkeit, auf den jeweils aktuellsten Quellen. Insgesamt liegt eine starke Gewichtung auf der brancheninternen Sicht und eigenen Erfahrungen. Aus diesen Gründen beruht diese Arbeit auch zu einem großen Teil auf Artikeln aus der Branchenpresse der letzten Jahre. Wöchentlich finden sich Stellungnahmen zu unterschiedlichen technischen Erneuerungen in *Börsenblatt*, *Buchreport*, *Buchmarkt* und dem österreichischen Branchenblatt *Anzeiger*, außerdem eine regelmäßige Fülle an Artikeln um die steigende Bedeutung von und Kontroversen um *Amazon*⁶ und *Google.books*⁷ in der Tagespresse und in Magazinen. Von den umfangreicheren, selbstständig erschienenen Arbeiten, zum Großteil publiziert von Medienfachleuten für ihre Kollegen im Verlagswesen, sind beispielsweise DOROTHEA REDEKERS

6 dazu genauer in Kapitel 2.4.1

7 dazu genauer in Kapitel 3.1

Analyse des Sortimentsbuchhandels (vgl. REDEKER 2009 bzw. 2010a–c), WOLFGANG EHRHARDT HEINOLDS „Verlage in der Informationsgesellschaft“ (vgl. HEINOLD 2001) und VITTORIO KLOSTERMANNs Auseinandersetzung mit der Publikation wissenschaftlicher Literatur im Netz (vgl. KLOSTERMANN 1997) erwähnenswert. Besonders gelungen und für diese Arbeit von großer Bedeutung ist die Darstellung der aktuellen Situation des Buchhandels von MICHEL CLEMENT et al. (vgl. CLEMENT/BLÖMEKE/SAMBETH 2009).

Ferner wurden beispielsweise vom *Börsenverein des deutschen Buchhandels* einige praxisorientierte Studien zu den Themen Buchhandel der Zukunft und elektronisches Publizieren in Auftrag gegeben (vgl. bspw. *Börsenverein* 2008a). Der vom *Börsenverein* ins Leben gerufene *Arbeitskreis Elektronisches Publizieren (AKEP)* gibt Branchenumfragen und eine eigene Buchreihe zum Thema heraus.⁸

Das Hauptthema der *Berliner Buchtage 2009* – die mit dem Beginn an dieser Arbeit zusammenfielen⁹ – „Neue Bücher. Neue Wege. Neue Jobs – Die Branche der Zukunft“, war klar zukunfts- und auf die neuen Medien orientiert:

Um E-Books, die Zukunft des Sortimentsbuchhandels, Buchverlage in der digitalen Welt oder Urheberrechtsverletzungen im Internet ging es am Nachmittag des Fachkongresses in Seminaren, Workshops und Podiumsdiskussionen. (o.V. 2009g)

Die Aktualität des Themas für den Buchmarkt ist demnach ganz klar unumstritten, mögliche Forschungsansätze mannigfaltig.

Diese Arbeit setzt sich vor allem mit der Reaktion des herstellenden Buchhandels auseinander. Welche Möglichkeiten bieten sich? Wie zukunfts-trächtig sind E-Book und Co. für die Verlagsbranche? Wie reagiert die Vertriebsabteilung am besten auf den neuen sich rasch entwickelnden Online-Vertriebsweg?

8 Vgl. *AKEP*-Buchreihe – Band 1: WESENER (2009); Band 2: HAACK/BIESALSKI (2009); Band 3: WERNER (2010).

9 Die *Berliner Buchtage* sind ein vom *Börsenverein des deutschen Buchhandels* organisiertes jährliches Treffen des Buchhandels zum Austausch über die Entwicklungen der Branche. Sie fanden 2009 vom 18. bis 19. Juni im bcc Berliner Congress Center statt.