



universität
wien

DIPLOMARBEIT

Titel der Diplomarbeit

**„Die Buchmärkte
Großbritanniens, Deutschlands, Österreichs und der Schweiz
unter besonderer Berücksichtigung der Buchpreisbindung“**

Verfasserin

Susanne Tretthahn

angestrebter akademischer Grad

Magistra der Philosophie (Mag.phil.)

Wien, 2010

Studienkennzahl lt. Studienblatt:

A 393

Studienrichtung lt. Studienblatt:

Vergleichende Literaturwissenschaft

Betreuerin ODER Betreuer:

Dr. Ernst Grabovszki

Books are different.

Für J & E (Zidbaw)

INHALTVERZEICHNIS

1. VORWORT	3
2. DER BUCHMARKT IN GROßBRITANNIEN	6
2.1. RAHMENBEDINGUNGEN DES BUCHMARKTS IN GROßBRITANNIEN	6
2.2. DAS „NET BOOK AGREEMENT“ (NBA).....	9
2.2.1. Allgemein	9
2.2.2. Historischer Überblick.....	10
2.2.3. Regelungen des NBA	13
2.3. AKTUELLE MARKTENTWICKLUNG	14
2.3.1. Verlage und Marktkonzentration.....	14
2.3.2. Ausgewählte Vertriebswege und Verkaufskanäle in Großbritannien	19
2.3.2.1. Buchhandel	21
2.3.2.2. Online-Buchhandel	23
2.3.2.3. Supermarkt.....	25
2.3.2.4. Großhandel.....	26
2.3.2.5. Buchklubs	27
2.3.2.6. Gebrauchte Bücher.....	27
2.3.2.7. Print on Demand	28
2.4. KINDER- UND JUGENDBUCHMARKT IN GROßBRITANNIEN	28
2.5. LESERFORSCHUNG UND LESEFÖRDERUNG	31
2.5.1. Allgemein	31
2.5.2. Ausgewählte Projekte zur Leseförderung.....	36
2.6. BUCHEXPORTE UND LIZENZEN	38
2.7. INTERESSENSVERTRETUNG.....	39
2.7.1. The Booksellers Association	39
2.7.2. The Publishers Association.....	39
2.8. BUCHMARKETING	40
3. DER BUCHMARKT IN DEUTSCHLAND	43
3.1. RAHMENBEDINGUNGEN DES BUCHMARKTS IN DEUTSCHLAND	43
3.2. BUCHPREISBINDUNG IN DEUTSCHLAND	44
3.2.1. Historischer Überblick.....	44
3.2.2. Regelungen des Gesetzes.....	45
3.3. AKTUELLE MARKTENTWICKLUNG	46
3.3.1. Marktkonzentration.....	47
3.3.2. Preisentwicklung.....	48
3.3.3. Verlage.....	49
3.3.4. Ausgewählte Vertriebswege	51
3.3.4.1. Online-Buchhandel, Versandbuchhandel	51
3.3.4.2. Buchhandel	51
3.3.4.3. Antiquariate.....	52
3.3.4.4. Bahnhofsbuchhandel.....	53
3.3.4.5. Buchgemeinschaften	53
3.3.4.6. Nebenmärkte	54
3.3.4.7. Direktverkauf	55
3.4. KINDER- UND JUGENDBUCHMARKT IN DEUTSCHLAND.....	55
3.4.1. Allgemein	55
3.4.2. Lizenzen.....	57

3.5.	LESERFORSCHUNG	57
3.5.1.	Allgemein	57
3.5.2.	Kinder und Jugendliche	59
3.5.3.	Leseförderung	62
3.6.	GRENZÜBERSCHREITENDE BEZIEHUNGEN	63
3.6.1.	Export	63
3.6.2.	Import	64
3.6.3.	Lizenzen	64
3.6.4.	Übersetzungen	65
3.7.	INTERESSENSVERTRETUNG	66
3.7.1.	Börsenverein des Deutschen Buchhandels	66
3.7.2.	Weitere Interessensvertretungen	67
3.8.	BUCHMESSEN	67
4.	DER BUCHMARKT IN ÖSTERREICH	68
4.1.	RAHMENBEDINGUNGEN DES BUCHMARKTS IN ÖSTERREICH	68
4.2.	BUCHPREISBINDUNG IN ÖSTERREICH	69
4.2.1.	Historischer Überblick	69
4.2.2.	Regelungen des Bundesgesetzes	72
4.3.	AKTUELLE MARKTENTWICKLUNG	74
4.3.1.	Marktkonzentration und Preisentwicklung	74
4.3.2.	Verlage	76
4.3.3.	Ausgewählte Vertriebswege	78
4.3.3.1.	Zwischenbuchhandel	79
4.3.3.2.	Sortimentsbuchhandel	80
4.3.3.3.	Versandbuchhandel und Buchgemeinschaften	80
4.3.3.4.	Direktverkauf	82
4.3.4.	Förderungen in Österreich	82
4.3.5.	Übersetzungen	83
4.4.	KINDER- UND JUGENDBUCHMARKT IN ÖSTERREICH	84
4.5.	LESERFORSCHUNG	86
4.5.1.	Allgemein	86
4.5.2.	Kinder und Jugendliche	88
4.5.3.	Leseförderung	88
4.6.	EXPORT UND IMPORT	89
4.7.	INTERESSENSVERTRETUNGEN	90
4.7.1.	Hauptverband des Österreichischen Buchhandels	90
4.7.2.	Fachverband Buch- und Medienwirtschaft der Wirtschaftskammer	90
4.7.3.	Weitere Interessensvertretungen	91
4.8.	BUCHMESSE	91
4.8.1.	Geschichte	91
4.8.2.	Wirtschaftliche Bedeutung der Buchmesse	92
5.	DER BUCHMARKT IN DER SCHWEIZ	95
5.1.	RAHMENBEDINGUNGEN DES BUCHMARKTS IN DER SCHWEIZ	95
5.2.	BUCHPREISBINDUNG IN DER SCHWEIZ	96
5.2.1.	Historischer Überblick	96
5.2.2.	Regelungen des Entwurfs und dessen Bestimmungen	101
5.3.	AKTUELLE MARKTENTWICKLUNG	102
5.3.1.	Sprachregionen der Schweiz	102
5.3.1.1.	Deutschsprachige Schweiz	103
5.3.1.2.	Rätoromanische Schweiz	105

5.3.1.3.	Französische Schweiz	105
5.3.1.4.	Italienische Schweiz.....	106
5.3.2.	Marktkonzentration.....	107
5.3.3.	Verlage.....	107
5.3.4.	Ausgewählte Vertriebswege	109
5.3.4.1.	Sortimentsbuchhandel und Kooperationen	110
5.3.4.2.	Ketten (Discounter).....	113
5.3.4.3.	Versandbuchhandel.....	113
5.3.4.4.	Internetbuchhandel und Katalogversand.....	114
5.3.4.5.	Direktverkauf	115
5.3.4.6.	Nebensortiment	115
5.3.5.	Import und Export.....	116
5.3.6.	Förderungen in der Schweiz	116
5.4.	KINDER- JUGENDBUCHMARKT IN DER SCHWEIZ.....	117
5.5.	LESERFORSCHUNG	119
5.5.1.	Allgemein	119
5.5.2.	Kinder und Jugendliche	122
5.5.3.	Leseförderung	123
5.6.	INTERESSENSVERTRETUNG.....	124
5.6.1.	Schweizer Buchhändler- und Verlegerverband	124
5.7.	BUCHMESSE	125
6.	VERGLEICH DER BUCHMÄRKTE	126
6.1.	RECHTSVERGLEICH BUCHPREISBINDUNG.....	126
6.1.1.	Anwendungsbereich	126
6.1.2.	Preisgestaltung.....	126
6.1.3.	Überwachung und Sanktionen.....	128
6.2.	AKTUELLE MARKTENTWICKLUNG	129
6.2.1.	Allgemein	129
6.2.2.	Titelproduktion im Vergleich	133
6.2.3.	Buchklubs	135
6.3.	KINDER- UND JUGENDBUCHMARKT.....	136
6.4.	LESERFORSCHUNG UND LESEFÖRDERUNG	137
6.5.	BUCHMESSEN.....	142
6.6.	EXKURS E-BOOKS.....	142
7.	SCHLUSSWORT	147
8.	BIBLIOGRAPHIE	150
9.	ANHANG	164
9.1.	ABSTRACT.....	164
9.2.	CURRICULUM VITAE	165

1. VORWORT

Die vorliegende Arbeit befasst sich mit den Buchmärkten in Großbritannien, Deutschland, Österreich und der Schweiz.

Die Buchmarktgeschichte ist stark national geprägt. Der Vergleich des deutschsprachigen Raums mit Großbritannien bietet sich an, da genügend Gemeinsamkeiten der Märkte auszumachen sind. Die Länder gleichen einander sowohl in Bezug auf den Buchkonsum, als auch hinsichtlich der Produktion und der Vertriebswege.

Ein Schwerpunkt der Arbeit liegt auf der Buchpreisbindung. Es handelt sich um ein sehr aktuelles Thema, da sich die Preisbindung im Spannungsfeld zwischen kulturellen bzw. kulturpolitischen und wirtschaftlichen Interessen befindet und daher von den Medien immer wieder aufgegriffen wird.

Alle Marktteilnehmer sind bestrebt, die für sich günstigste Lösung zu finden. Das kann sich sehr unterschiedlich auswirken. Während es in Deutschland und Österreich zu einem Gesetz kommt, fällt in England die Preisbindung weg. Die Gegenüberstellung der unterschiedlichen Systeme ist interessant, da verschiedene nationale Modelle aufeinanderprallen. Aus dem grenzüberschreitenden Handel ergeben sich Probleme, mit denen sich unter anderem der Europäische Gerichtshof auseinandersetzt. Der Begriff „Buchpreisbindung“ kann alle preisbindungsfähigen Verlagserzeugnisse umfassen und ist in den jeweiligen Gesetzen genau definiert. Im engeren Sinne bezieht er sich allerdings nur auf Bücher.¹ Für die Werke, die nicht preisgebunden sind, wird der Verkaufspreis durch Kalkulation gebildet.

Wie funktioniert die Buchpreisbindung?

In der freien Marktwirtschaft findet die Preisbildung durch Angebot und Nachfrage statt. Deshalb wird der Wettbewerb der Marktteilnehmer gefördert. Preisabsprachen stehen dem entgegen und werden im deutschsprachigen Raum durch das Kartellgesetz geregelt. Man unterscheidet horizontale und vertikale Preisabsprachen.² Horizontal

¹ Goldschmitt, Regina: Grenzüberschreitende Buchpreisbindung und internationaler Buchmarkt. Wiesbaden: 2000 S. 4

² Vereinbarungen zwischen Buchhändlern würde man, da die Buchhändler auf der selben Ebene (Verkauf an den Letztverbraucher) tätig werden, als horizontale Vereinbarungen bezeichnen; eine Vereinbarung zwischen dem Verleger als Lieferanten und dem Buchhändler als Abnehmer bzw. Weiterverkäufer hingegen als vertikale.

bedeutet die Absprache auf der gleichen Wirtschaftsstufe, vertikal die Absprache über mehrere Wirtschaftsstufen hinweg.³

Bücher sind in manchen Systemen vom freien Wettbewerb ausgenommen, vor allem deshalb, weil die Gesetzgeber anerkannt haben, dass Bücher Waren besonderer Art sind. Dadurch hofft man, die Vielfalt des Angebots erhalten zu können. Außerdem befürchtet man, dass sich das dichte Netz an Buchhandlungen und Auslieferungen verändert und das Lager der Händler und Verleger verkleinert, die durch die Preisbindung eine relativ sichere Handelsspanne erwirtschaften können. Durch die Buchpreisbindung arbeitet der Buchmarkt weitgehend ohne staatliche Unterstützung.⁴ Wirtschaftspolitisch gesehen unterstützt sie mittelständische Unternehmen und wirkt der Konzernbildung entgegen. Die Buchpreise bleiben stabil, Preisvergleiche der Konsumenten fallen weg und der Wettbewerb findet über Service, nicht aber über den Preis statt.

Die Nachteile sind die starke Einschränkung des Wettbewerbs und die Subventionierung von Titeln, die am freien Markt nicht bestehen würden. Dies regt Verlage an, viele Titel in kleiner Auflage zu produzieren, in der Hoffnung, dass einer davon ein Bestseller wird. Dieser soll die Kosten für alle Titel tragen.⁵ Damit werden Bestseller teurer und die Zahl der Neuerscheinungen wird in die Höhe getrieben.

Vertikale oder horizontale Vereinbarungen über die Festsetzung von Preisen sind nach den Rechtsordnungen der meisten Staaten, wie auch andere wettbewerbshindernde Absprachen, verboten. Die meisten europäischen Rechtsordnungen sehen jedoch gesetzliche Ausnahmen für den Bereich des Handels mit Büchern und verwandten Verlagserzeugnissen vor.

In der Arbeit wird ein Vergleich zwischen den unterschiedlichen Preisbindungssystemen in Österreich, Deutschland, der Schweiz⁶ und Großbritannien⁷ gezogen. Es wird der Frage nachgegangen, welches der präsentierten Systeme welchen Ziel dienlich ist. Dieses kann einerseits ein hoher Umsatz durch einen liberalisierten Markt, oder andererseits der Erhalt eines breit gefächerten qualitativ hochwertigen Programms sein.

³ Goldschmitt: Grenzüberschreitende Buchpreisbindung und internationaler Buchmarkt. S. 7

⁴ Goldschmitt: Grenzüberschreitende Buchpreisbindung und internationaler Buchmarkt. S. 14

⁵ Goldschmitt: Grenzüberschreitende Buchpreisbindung und internationaler Buchmarkt. S. 16

⁶ Ein Preisbindungsgesetz für den Buchmarkt in der Schweiz ist derzeit noch Gegenstand – allerdings weit fortgeschrittener – politischer Diskussionen. Die hier behandelten Inhalte nehmen folglich auf den bestehenden Gesetzesentwurf Bezug (siehe auch Kapitel 5.2.2).

⁷ Das NBA (siehe Kapitel 2.2.2) ist bereits 1997 außer Kraft getreten.

Dem Kinder- und Jugendbuch wird auf Grund seiner ökonomischen als auch kulturellen Wichtigkeit ein Teil der Arbeit gewidmet.

Junge Menschen werden durch das Lesenlernen mit dem Medium des Buches vertraut gemacht. Die Herausforderung für Kinder- und Jugendbuchverlage ist, mehr noch als bei Literatur für Erwachsene, den Geschmack und die Interessen der Zielgruppe zu erfassen. Als bedeutende Kriterien gelten Thema, Spannung, Sprache und Wissensvermittlung, sowie Illustrationen und Ausstattung der Bücher.⁸ Ein Spezifikum der Kinder- und Jugendliteratur ist, dass die Leser zu 93% nicht die Buchkäufer sind.⁹ Es lässt sich nicht genau festhalten, inwieweit Kinder Einfluss auf die Kaufentscheidung nehmen.

Die Arbeit stellt Ergebnisse der Leserforschung sowie Projekte zur Leseförderung vor. Das Ziel der Arbeit ist, einen Überblick über die einzelnen Buchmärkte zu geben, deren jeweiligen Leistungen und Besonderheiten darzustellen sowie auf zukünftige Tendenzen und Entwicklungen hinzuweisen. Als aktuelle Entwicklung wird jene des E-Books herangezogen, dessen mögliche Zukunft entworfen wird.

Der direkte Vergleich der Buchmärkte erwies sich als schwierig, da nur wenig Zahlen- und Datenmaterial vorliegt und dieses, auf Grund unterschiedlicher Evaluationsverfahren nicht direkt vergleichbar ist.

Aus Stil- sowie Platzgründen wird in der Arbeit zumeist die männliche Form gewählt, welche die weibliche immer mit einschließt.

⁸ Börsenverein des Deutschen Buchhandels (Hrsg.): Kinder- und Jugendbücher. Marktpotential Käuferstrukturen und Präferenzen unterschiedlicher Lebenswelten. Frankfurt am Main: 2007. S. 30

⁹ Börsenverein (Hrsg.): Kinder- und Jugendbücher. S. 11

2. DER BUCHMARKT IN GROßBRITANNIEN

2.1. *Rahmenbedingungen des Buchmarkts in Großbritannien*

Während der 1950er Jahre bestand das Verlagswesen in Großbritannien aus etwa 50 klein- bis mittelgroßen Firmen in Privatbesitz.¹⁰ Ihre Schwerpunkte lagen in den Bereichen Belletristik, Sachliteratur sowie bei wissenschaftlichen Publikationen.

Zahlreiche Autoren, die in den 1950ern Bestseller schrieben, waren bereits vor dem Ersten Weltkrieg bekannt.¹¹ So erfreuten sich beispielsweise die Detektivgeschichten von Agatha Christie großer Beliebtheit. Diese sind zwar in der Nachkriegszeit angesiedelt, bedienten sich jedoch der Psychologie der Vorkriegszeit.¹² Gerne gelesen wurden außerdem Romane von Daphne du Maurier und Ethel M. Dell. Auch neue Autoren wie Ian Fleming und Graham Greene wurden veröffentlicht.

Die 1960er Jahre brachten nicht nur Veränderungen im Verlagswesen, sondern auch in anderen Kulturbereichen, wie beispielsweise der Musikindustrie und der Mode. Rayner Unwin von George Allen & Unwin sprach von „informellen“, zwanglosen Veröffentlichungen, die in den 60er Jahren noch möglich waren.¹³ Dabei bezieht er sich auf private Treffen mit Autoren in seinem Wohnzimmer. In den 60er und 70er Jahren entwickelte sich das Verlagswesen weiter. Gründe dafür waren großzügige Förderungen der Regierung für Schulen und Bibliotheken sowie ein verstärktes Interesse an Literatur. Durch die Erzeugung von Taschenbüchern wurde Literatur für eine breite Bevölkerungsschicht leistbar. Die ersten Literaturagenturen wurden ins Leben gerufen.¹⁴

Die meisten Verlagshäuser der 50er und 60er Jahre waren die gleichen, die vor dem Zweiten Weltkrieg existierten. Sie waren unabhängig, in Familienbesitz, mit Firmensitz in London. Doch selbst die großen Unternehmen waren, gemessen an heutigen Standards, nicht groß. Die wenigsten Verlage veröffentlichten mehr als 100 Titel pro Jahr. Jene die es taten, wie beispielsweise Longman oder MacMillan, publizierten auch Lernmaterialien, die größtenteils exportiert wurden.¹⁵

¹⁰ Clark, Giles/Phillips, Angus: Inside Book Publishing. London/New York: 2008. S. 12

¹¹ Feather, John: A History of British Publishing. London/New York: 2006. S. 202

¹² Feather: A history of British Publishing. S. 202

¹³ Feather: A history of British Publishing. S. 12

¹⁴ Feather: A history of British Publishing. S. 12

¹⁵ Feather: A history of British Publishing. S. 206

Die Firmensitze zahlreicher Belletristik-Verlage lagen in Bloomsbury oder anderen prestigeträchtigen Orten in London, während Taschenbuchverlage zumeist in Büroblocks in günstigeren Teilen Londons angesiedelt waren.¹⁶ Taschenbuchverlage arbeiteten sehr verkaufsorientiert. Die traditionellen Verlage sahen ihren Schwerpunkt stärker in der Autorenarbeit. Sie verkauften ihre Bücher an Bibliotheken und unabhängige Buchhandlungen. Durch ihre Reputation erreichten sie, dass ihre Bücher in Zeitungen rezensiert wurden. Mit dem Aufkommen der Buchklubs beklagten Buchhändler das Angebot von neuen, gebundenen Büchern zu sehr günstigen Preisen.¹⁷ In den 80er Jahren konnten immer weniger Verlage vom reinen Buchverkauf leben, der Handel mit Lizenzen verstärkte sich.

Buchhandlungen schafften mehr Platz für Taschenbücher und wurden dabei von Verlagen unterstützt. Zahlreiche Verlage verfügten über ihren eigenen Taschenbuchverlag als Imprint.¹⁸ Der Penguin Verlag stellte Buchhandlungen kostenlose Paperbackregale zur Verfügung.¹⁹ Diese Entwicklung wurde nicht nur positiv gesehen, der Wandel von „Produktbezogen“ zu „Marktbezogen“ kritisiert.²⁰ Ende der 70er Jahre ging die Ära der „gentleman publisher“ zu Ende.²¹ Als solche galten jene Verleger, die ihre Unternehmen gegründet hatten und diese bis ins hohe Alter leiteten.²²

Die Verlagsbranche der 1970er war stabil und auf Expansionskurs. Dies wurde von der Rezession 1980 unterbrochen, die Verleger zwang, ihre Programme zu reduzieren. Vor allem traf dies die gebundene Belletristik, Werke neuer und unbekannter Autoren, hochpreisige akademische Monographien für Universitätsbibliotheken und die Kinderliteratur. Ein weiterer Faktor war zudem die hohe Buchpreisinflation.²³

Europäische Verlagshäuser übernahmen US-Firmen. So kaufte beispielsweise die britische Investmentgruppe Pearson, Inhaber der „Financial Times“, 1970 Penguin und 1975 die New Yorker Viking Press.²⁴ Der deutsche Medienkonzern Bertelsmann erwarb

¹⁶ Feather: A history of British Publishing. S. 16f

¹⁷ vgl. auch Kap. 2.3.2.6

¹⁸ Feather: A history of British Publishing. S. 209

¹⁹ Clark/Phillips: Inside Book Publishing. S. 17

²⁰ Clark/Phillips: Inside Book Publishing. S. 19

²¹ Traxler, Regina: Die länderübergreifende Buchpreisbindung im deutschsprachigen Raum von der Kröner Reform 1887 bis zu ihrem Ende im Jahr 2000. Mit Schwerpunkt auf der Situation in Österreich. Diplomarbeit. Wien: 2000. S. 57

²² Clark/Phillips: Inside Book Publishing. S. 13

²³ Clark/Phillips: Inside Book Publishing. S. 13

²⁴ Clark/Phillips: Inside Book Publishing. S. 15

die US-Firma Bantam Books 1980 und Double Day 1986. Bertelsmann wurde 1998 durch die Übernahme von Random House zum großen Verlagskonzern.²⁵

In Großbritannien begann in den 1980er Jahren eine Zeit der Fusionen und Akquisitionen. Wenige große und internationale Verlagskonzerne beherrschten über die Hälfte des Marktes, mittelgroße etablierte Firmen wurden zur Seltenheit. Ein Beispiel für ein mittelgroßes Unternehmen ist Faber & Faber.²⁶ Die Anfänge des Verlags lassen sich bis zum Beginn des zwanzigsten Jahrhunderts zurückverfolgen. Offiziell wurde das Unternehmen 1929 gegründet. Der Verlag veröffentlicht Autoren wie Ezra Pound, James Joyce, Sylvia Plath und viele mehr.²⁷

Anders als heute waren damals Verlagswesen und Druckereiwesen eng verknüpft. Die meisten Verlage besaßen entweder Druckereien oder Druckereien die Verlage. Heute ist die Herstellung in den meisten Fällen ausgelagert.²⁸

Verlage wurden immer mehr zu Medienkonzernen, die Umstrukturierung der Buchlandschaft in den 1980ern beeinflusste die gesamte Branche. Man unterschied zwischen einer großen Anzahl von Belletristik-Verlagen und rund einem Dutzend Taschenbuch-Verlagen, die den Massengeschmack bedienten. 1969 waren die größten Paperback-Verlage Penguin (27 Mio. verkaufte Exemplare), Fontana (13 Mio. Exemplare) und Panther (9 Mio.).²⁹ Die gängige Vorgehensweise war, ein gebundenes Buch zu einem hohen Preis einzuführen und etwa ein Jahr später als Taschenbuch, zu einem geringeren Preis zu veröffentlichen, um es einer größeren Leserschaft zugänglich zu machen. Gebundene Literatur wird halbjährlich publiziert (Frühling/Sommer und Herbst/Winter). Die Taschenbücher hingegen wurden monatlich in hohen Auflagen veröffentlicht.³⁰

Auch der Buchhandel veränderte sich in den 1980er Jahren. Früher gab es neben Ketten wie WHSmith vor allem kleine unabhängige Buchhandlungen in Privatbesitz und unabhängige Einzelhandelsketten.³¹ 1982 wurde die erste Waterstone's-Filiale in London eröffnet.³² Ende der 90er eröffneten große Filialen mehrerer Buchhandelsketten mit einem Sortiment von 50.000 – 80.000 Titeln. Beispiele hierfür sind der Borders

25 Clark/Phillips: Inside Book Publishing. S. 15

26 Clark/Phillips: Inside Book Publishing. S. 15

27 <http://www.faber.co.uk/about>; 11.12.2010

28 Die Herstellung umfasst Setzerei, Druckerei und Buchbinderei.

29 Clark/Phillips: Inside Book Publishing. S. 16

30 Clark/Phillips: Inside Book Publishing. S. 16

31 Clark/Phillips: Inside Book Publishing. S. 20

32 Feather: A history of British Publishing. S. 225

Superstore auf der Oxford Street 1998, sowie der Waterstone's bei Piccadilly 1999.³³ Die kleinen Buchhandlungen verloren Marktanteile, Ketten expandierten und verlangten höhere Rabatte und längere Zahlungsziele von Verlagen.

Die Beziehung zwischen Verlagen und Buchhandlungen verschoben sich. Früher hatte der Verleger die Machtposition inne, nun kehrte sich dies um. In den 1990er Jahren begannen große Supermarktketten ein eingeschränktes Sortiment von Büchern anzubieten und drückten die Preise. Erhielt eine traditionelle Buchhandlung Rabatte zwischen 33% und 35%, so bekamen große Ketten 40% und mehr.³⁴ Die Publikumsverlage profitierten von großen und professionellen Buchhandlungen und stimmten den verlangten Konditionen, Krediten und Remissionsbedingungen zu. Unter anderem um dem Preiskampf entgegenzuwirken wurde das „Net Book Agreement“ eingeführt.

2.2. *Das „Net Book Agreement“ (NBA)*

2.2.1. Allgemein

Das „Net Book Agreement“ (NBA) ist die gerichtlich bestätigte Ausnahme vom Wettbewerbsgesetz, dem Resale Prices Act.³⁵ Es handelte sich dabei um eine vertikale, freiwillige Übereinkunft zwischen Verlegern und Buchhändlern.³⁶ Die Verleger legen darin fest, zu welchem Preis ihre Titel verkauft werden sollten (Net Price)³⁷.

For the purposes of this Agreement and of the Standard Conditions:
Net book shall mean a book, pamphlet, map or other similar printed material published at a net price.
Net price and *net published price* shall mean the price fixed from time to time by the publisher below which the net book shall not be sold to the public.
Public shall be deemed to include schools, libraries, institutions and other non-trading bodies.
Person shall include any company, firm, corporation, club, institution, organisation, association or other body.³⁸

Der festgesetzte Preis galt ein Jahr nach Publikation der betreffenden Ausgabe als aufgehoben.³⁹ Etwa 80% der Titel wurden preisgebunden.⁴⁰ Bei den verbleibenden 20%

³³ <http://www.waterstones.com/waterstonesweb/navigate.do?pPageID=200003>; 14.04.2010

³⁴ Feather: A history of British Publishing. S. 20

³⁵ Goldschmitt, Regina: Grenzüberschreitende Buchpreisbindung und internationaler Buchmarkt. Wiesbaden: 2000. S. 60

³⁶ Rürup, Bert/Klopffleisch, Roland/Stumpp, Henning (Hrsg.): Ökonomische Analyse der Buchpreisbindung. Frankfurt am Main: 1997. S. 185

³⁷ http://www.booksellers.org.uk/industry/display_report.asp?id=4868; 01.03.2010

³⁸ Artikel II Abs. (vi) NBA

handelte es sich vor allem um Lehrbücher oder Schulbücher, die zu speziellen Konditionen verkauft wurden.⁴¹ Buchhändler, welche Titel zu günstigeren Preisen verkaufen, wurden von dem betreffenden Verlag nicht mehr beliefert. Daher wurde das NBA auf Grund fehlender Ausweichmöglichkeiten weitgehend eingehalten.⁴² Die Vereinbarung galt auch für die Verkäufe preisgebundener Bücher in Irland.⁴³ Für Händler aus anderen Ländern galt die Preisbindung nicht. Es gab keine genauen Vorgaben zu Reimporten, außer, dass gebundene Händler reimportierte Titel ebenfalls nur zum Net-Book-Preis verkaufen durften.⁴⁴ Rabatte von bis zu 5% waren möglich.⁴⁵

2.2.2. Historischer Überblick

Seit 1900 bestand in Großbritannien ein Preisbindungssystem, das NBA⁴⁶. Bereits 1891 begannen die ersten Versuche britischer Verleger, Bücher zu einem festgelegten Preis zu verkaufen.⁴⁷ Es erschien als Möglichkeit, die Zukunft und Vielfalt des Buchwesens sicherzustellen.⁴⁸

Das NBA war von Beginn an umstritten. Die Auseinandersetzungen erreichten ihren Höhepunkt mit dem Buchkrieg der „Times“ gegen Verleger in den Jahren 1906 bis 1908.

Die Zeitung hatte finanzielle Schwierigkeiten, denn obwohl sie als „voice of the Victorian establishment“⁴⁹ angesehen wurde, setzte ihr die zunehmende Konkurrenz seit den 1890er Jahren zu. Weitere Gründe waren unglückliche Gemeinschaftsklagen, die viel Geld gekostet haben. Die „Times“ war in Besitz der Familie John Walter, die Moberley Bell als Manager einstellte, um die Zeitung zu modernisieren. Zu den Neuerungen zählten unter anderem „The Times Literary Supplement“ das, im

39 Artikel II Abs. (ii) lit a NBA

40 Rürup/Klopfleisch/Stumpp (Hrsg.): Ökonomische Analyse der Buchpreisbindung. S. 185

41 Mann, Peter: Buchmarkt-Forschung in Großbritannien. In: Dorsch, Petra/Teckentrup, Konrad (Hrsg.): Buch und Lesen International. Berichte und Analysen zum Buchmarkt und zur Buchmarkt-Forschung. Gütersloh: 1981. S. 315

42 Everling, Ulrich: Buchpreisbindung im deutschen Sprachraum und Europäisches Gemeinschaftsrecht. Baden Baden: 1997. S. 21

⁴³ Artikel II Abs. (vii) NBA

⁴⁴ Everling: Buchpreisbindung im deutschen Sprachraum und Europäisches Gemeinschaftsrecht. S. 21f

⁴⁵ Bradley, Sue (Hrsg.): The british book trade. An oral history. London: 2008 S. 237

⁴⁶ Cassidy, Suzanne: British Book Shops in Price Skirmishes. New York Times: 7 Oktober 1991. (<http://www.nytimes.com/1991/10/07/business/the-media-business-british-book-shops-in-price-skirmishes.html?sec=&spon=&pagewanted=all; 23-03.10>)

⁴⁷ Traxler: Die länderübergreifende Buchpreisbindung. S. 55

⁴⁸ Feather: A history of British Publishing. S. 150

⁴⁹ Feather: A history of British Publishing. S. 153

Gegensatz zum „The Times Book Club“ ein andauernder Erfolg wurde. Im Jahre 1904 wurde der Preis der „Times“ auf 3 Pfund jährlich reduziert, jedoch bereits im Folgejahr wieder um 18 Schilling erhöht.⁵⁰ Der neue Preis beinhaltete die Mitgliedschaft im „The Times Book Club“. Dieser war eine Kombination aus zirkulierender Bibliothek und Buchhandlung, die per Post zustellte. Man konnte Bücher sowohl ausleihen, als auch zu stark reduzierten Preisen kaufen. Im Oktober 1906 beschlossen die Verleger weder die „Times“ noch den „Book Club“ zu beliefern.⁵¹ Es folgte ein Jahr der Auseinandersetzungen und Klagen, unter anderem gegen den Verleger John Murray, der den Titel „*The Letters of Queen Victoria*“ nicht an den „Book Club“ auslieferte.⁵² Walter entschied sich, die Zeitung an Alfred Harmsworth zu verkaufen. Dieser modernisierte sie und unterzeichnete im Jahr 1908 das NBA, womit der „Buchkrieg“ beendet war.

Das NBA wurde durch eine Wettbewerbsbeschränkung der Verlage gebildet.⁵³ 1962 stellte das britischen Wettbewerbsgericht, der Restrictive Practices Court, fest, dass das NBA den Handel positiv beeinflusst und eine große Bandbreite von Titeln ermöglicht.⁵⁴ Obwohl eine Ausnahmeregelung für Bücher erteilt wurde, untersuchte die britische Wettbewerbsbehörde das System immer wieder.⁵⁵ Dennoch wurde es in den Folgejahren größtenteils eingehalten.

In den Jahren von 1990 bis 1994 ging der Buchhandelsumsatz in Großbritannien zurück.⁵⁶ Ab 1991 verkauften Buchhandelsketten ausgewählte Titel mit hohen Rabatten (20% bis 33%) an Endkunden.⁵⁷ Die Ketten Dillons und Waterstones machten den Anfang.⁵⁸ 1995 stiegen einige große Verlage wie Random House und HarperCollins aus dem NBA aus. Auch WHSmith, die damals größte Buchhandelskette Großbritanniens, die sich bis 1995 für das Net-Book Agreement einsetzte, begann, Titel günstiger zu

⁵⁰ Feather: A history of British Publishing. S. 153

⁵¹ Feather: A history of British Publishing. S. 154

⁵² Feather: A history of British Publishing. S. 154

⁵³ Hanreich, Hanspeter/Kuschej, Hermann/Grohall, Günther/Reis, Sebastian: Buchpreisregelungen in Europa als Mittel der Kulturpolitik. Wirksamkeit und wohlfahrtsökonomische Bedeutung. Projektbericht/Research Report 2009 Institute for Advanced Studies (IHS); (http://www.ihs.ac.at/publications/eco/recent_publications/buchpreisb-eb_221009.pdf; 28.03.2010) S.43

⁵⁴ http://www.booksellers.org.uk/industry/display_report.asp?id=4868;01.03.2010

⁵⁵ Goldschmitt: Grenzüberschreitende Buchpreisbindung und internationaler Buchmarkt. S. 60

⁵⁶ Rürup/Klopfleisch/Stumpp (Hrsg.): Ökonomische Analyse der Buchpreisbindung. S. 185

⁵⁷ Experten gingen davon aus, dass der englische Buchmarkt auf Grund von Preisbindungsregelungen, die lediglich auf nationaler Ebene bestehen, dem Wettbewerb auf Dauer nicht standhalten würde.

⁵⁸ Cassidy: British Book Shops in Price Skirmishes. New York Times: 7. Oktober 1991

verkaufen.⁵⁹ Vermutlich waren mehrere Faktoren für den Zusammenbruch des NBA verantwortlich.

Eine wirtschaftliche Überlegung war, dass englischsprachige Titel weltweit vertrieben und publiziert werden. Durch eine Buchpreisbindungsregelung, die nur auf nationaler Ebene existiert, konnte man auf Dauer gegen Importeure nicht bestehen. Man wollte verhindern, dass die Produktion und der Vertrieb in die USA abwandern.⁶⁰

Als Stichtag für die Auflösung des NBA gilt der 1. Oktober 1995.⁶¹ Im März 1997 entschied der Restrictive Practices Court, dass das NBA dem öffentlichen Interesse entgegenwirkt und dem freien Wettbewerb entgegensteht.⁶²

Es folgten große Preisnachlässe auf Bestseller. Verleger hoben die Preise für ihre Titel an, um der Buchpreisinflation entgegenzuwirken und die hohen Rabatte für Auslieferung und Ketten auszugleichen.⁶³

Es dauert beinahe ein Jahrzehnt, bis sich die Auswirkungen des Endes des NBA genauer zeigten. Die großen Handelsketten profitierten auf Kosten von unabhängigen, kleineren Buchhandlung und expandierten. Doch auch Buchhandelsketten gerieten bereits unter Zugzwang, teilweise durch Supermärkte wie Tesco oder Asda, die verstärkt auch Bücher anboten, teilweise durch das Internet (Amazon).

Der heutige Leser kann aus einem enormen Angebot von Bestsellern wählen, die mit großem Preisnachlass verkauft werden. 1990 betrug die Handelsspanne im Buchhandel etwa 31,5%. Seit der Aufhebung der Buchpreisbindung werden Kundenrabatte von 20% auf Bestseller gegeben.⁶⁴ Dadurch sinkt die Gewinnspanne beträchtlich.

Publikumsverlage drucken ihre Preisempfehlung zwar noch immer auf den Buchrücken, jedoch wird dieser in den seltensten Fällen entsprochen. Es werden vor allem Bestseller rabattiert, die als „Lockvogel-Angebote“ fungieren. Dadurch ergibt sich kein Gewinn, die Buchpreise steigen.⁶⁵ Vor allem die Preise wissenschaftliche Titel für eine kleinere Zielgruppe erhöhen sich um etwa 7%.⁶⁶

Der Kunde wurde zum einen mit einer noch nie da gewesenen Deflation, zum anderen mit Preissteigerungen konfrontiert. Verlage in Großbritannien verkauften seit 1992 zwar mehr Bücher, jedoch gewährten sie auch viel höhere Rabatte. Der Umsatz verlagert sich

⁵⁹ Rürup/Klopfleisch/Stumpp (Hrsg.): Ökonomische Analyse der Buchpreisbindung. S. 186

⁶⁰ Hanreich/Kuschej/Grohall/Reis: Buchpreisregelungen in Europa als Mittel der Kulturpolitik. S.42

⁶¹ Goldschmitt: Grenzüberschreitende Buchpreisbindung und internationaler Buchmarkt. S. 64

⁶² Goldschmitt: Grenzüberschreitende Buchpreisbindung und internationaler Buchmarkt. S. 65

⁶³ http://www.booksellers.org.uk/industry/display_report.asp?id=4868; 01.03.2010

⁶⁴ Rürup/Klopfleisch/Stumpp (Hrsg.): Ökonomische Analyse der Buchpreisbindung. S. 189f

⁶⁵ Rürup/Klopfleisch/Stumpp (Hrsg.): Ökonomische Analyse der Buchpreisbindung. S. 190

⁶⁶ Goldschmitt: Grenzüberschreitende Buchpreisbindung und internationaler Buchmarkt. S. 66

zu Verkaufsstellen mit Bestellservice ohne Lager (z.B.: Amazon). Jedoch ist noch kein Strukturwandel zu Ungunsten des traditionellen Buchhandels zu beobachten.⁶⁷

Durch diese Entwicklungen ändern sich die Strategien der Verlage. In den späten 90er Jahren publizierten Verlage sehr viele Titel pro Saison in der Hoffnung, dass einer davon zum Bestseller wird. Nun aber wird der Spalt zwischen Bestsellern und Büchern, die „eben auch“ verkauft werden, immer größer. Die Programme werden wieder kleiner und konzentrieren sich auf bekannte Autoren und Themen, von denen angenommen wird, dass sie ein großes Publikum interessieren. Vor allem aber orientiert man sich an den Programmen der Buchhandelsketten, um in deren Werbestrategien zu passen. Die „midlist“ Autoren treten immer mehr in den Hintergrund. Können sie keinen kommerziellen Erfolg vorweisen, werden sie zumeist nicht, wie zuvor, über einen längeren Zeitraum gefördert.⁶⁸

Als weitere Strategie setzt die Branche auf die Produktion von Buchreihen, Serien und Hörbüchern. Das Lizenzgeschäft wurde ausgebaut, man schloss Verträge mit Film- und Fernsehfirmen, um die Vermarktung anzukurbeln.

Zwar geben viele Unternehmen auch weiterhin das traditionelle Verlegen nicht auf und fördern unbekannte Autoren. Der Erfolg bleibt jedoch oftmals aus.

2.2.3. Regelungen des NBA

Zu den besonders hervorzuhebenden Vereinbarungen des Net Book Agreements zählen die folgenden:

Preisgebundene Titel durften nicht zu günstigeren Konditionen als dem vom Verlag festgelegten Mindestpreis verkauft werden.⁶⁹ Dieser war zumeist auf dem Buchrücken abgedruckt. Ein Buch durfte dann billiger verkauft werden, wenn es bereits mehr als zwölf Monate „am Lager“ eines Buchhändlers war und der Verlag einer Remission nicht zustimmte.⁷⁰ Verlage Großbritanniens waren in Bezug auf das Remissionsrecht großzügiger waren als jene in Deutschland oder Österreich.⁷¹ Es gab den „National Book Sale“, einen zehntägigen Ausverkauf von Büchern am Jahresende, bei dem Titel

⁶⁷ Rieder, Pierre: Wettbewerb und Kultur. Eine Betrachtung aus wettbewerbsrechtlicher Sicht unter besonderer Berücksichtigung der Kulturförderung, des Buch- und Kinofilmmarktes in der Schweiz und der Europäischen Union. Bern/Berlin/Frankfurt am Main/New York/Paris/Wien: 1998. S. 168f

⁶⁸ Clark/Phillips: Inside Book Publishing. S. 24

⁶⁹ Artikel I NBA

⁷⁰ Artikel II Abs. (ii) lit a NBA

⁷¹ Goldschmitt: Grenzüberschreitende Buchpreisbindung und internationaler Buchmarkt. S. 61

ebenfalls günstiger verkauft werden durften.⁷² Nach Ende des Ausverkaufs galten wieder die gebundenen Preise. Bücher wurden außerdem günstiger verkauft, wenn sie über ein Jahr lagernd waren und eine Genehmigung der Publishers Association vorlag.⁷³ In Großbritannien erhielten Bibliotheken Rabatte von bis zu 10%.⁷⁴ Diese wurden von der Publishers Association genehmigt. Die Bibliotheken mussten mehr als 100 Pfund pro Jahr in die Neuerwerbung investieren sowie ihre Bestände der Allgemeinheit zur Verfügung stellen.⁷⁵ Rabatte von bis zu 10% wurden auch Kirchen, Schulen und Behörden gewährt.⁷⁶ Der Verleger konnte den Net-Book Preis ändern oder diesen aufheben. Außerdem konnte er Bücher zu beliebigen Preisen an Kunden direkt verkaufen, den festgesetzten Preis musste nur der Buchhändler einhalten. Die Publishers Association befasste sich mit der Einhaltung des NBA. Im Gegensatz zur Buchpreisbindung in Deutschland und Österreich bestand beim NBA immer die Gefahr von verbilligten Reimporten.⁷⁷

2.3. Aktuelle Marktentwicklung

2.3.1. Verlage und Marktkonzentration

Für Verlage, vor allem für Belletristikunternehmen, die rund ein Drittel des Marktes und etwa ein Viertel des Umsatzes stellen, wird die Größe ihres Unternehmens immer wichtiger.⁷⁸ 2006 erwirtschafteten die vier größten Konzerne (Hachette, Bertelsmann, Pearson und News Corporation) über 80% des Belletristikumsatzes, unter den Top 10 Titeln waren es über 95%.⁷⁹ Im Sachbuchbereich ist die Konzentration nicht ganz so ausgeprägt und verteilt sich auf mehrere Anbieter. Dennoch halten die gleichen vier Konzerne 47% des Marktvolumens und unter den 10 bestverkauften Titeln beinahe 60%.⁸⁰

⁷² Goldschmitt: Grenzüberschreitende Buchpreisbindung und internationaler Buchmarkt. S. 61

⁷³ Artikel III NBA

⁷⁴ Artikel II Abs. (vi) NBA

⁷⁵ Artikel III NBA

⁷⁶ Artikel III NBA

⁷⁷ Goldschmitt: Grenzüberschreitende Buchpreisbindung und internationaler Buchmarkt. S. 62

⁷⁸ Goldschmitt: Grenzüberschreitende Buchpreisbindung und internationaler Buchmarkt. S. 26

⁷⁹ Goldschmitt: Grenzüberschreitende Buchpreisbindung und internationaler Buchmarkt. S. 26

⁸⁰ Goldschmitt: Grenzüberschreitende Buchpreisbindung und internationaler Buchmarkt. S. 26

Der Markt besteht aus wenigen Großkonzernen und vielen Kleinunternehmen, dazwischen gibt es nur eine geringe Anzahl von mittelgroßen Firmen wie Faber & Faber, Atlantic oder Phaidon.

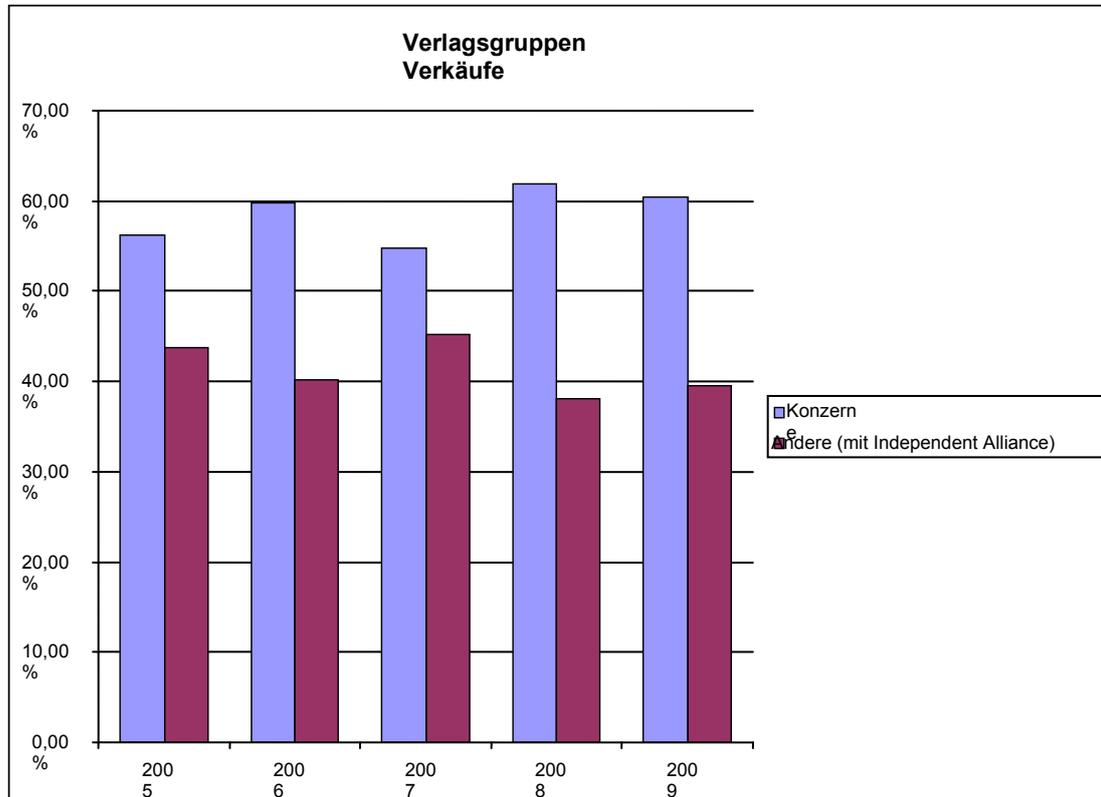
Ein Problem der Kleinunternehmer ist, dass sie zwar unbekannte Autoren fördern, diese jedoch mit steigender Bekanntheit oftmals in die großen Verlagshäuser wechseln. Bei Auktionen können sie finanziell nicht mithalten, während Konzerne auch mehrere „große Bücher“ erwerben, selbst wenn nicht alle davon Erfolge werden. Eine kleine Firma kann sich solch einen Missgriff nicht erlauben. An Hand der Verkäufe der größten Verlagsgruppen lässt sich der Trend zur Konzernbildung und deren Marktdominanz ablesen. Es ist davon auszugehen, dass sich diese Konzentration in Zukunft fortführen wird. Die folgende Tabelle stellt den Anteil der einzelnen Verlagskonzerne am Gesamtumsatz des Buchmarkts in den Jahren 2005 bis 2009 dar.⁸¹

Verlagsgruppe	2005	2006	2007	2008	2009
Hachette Livre UK (Headline/Hodder/Little Brown/Orion)	12,5%	16,4%	14,3%	15,9%	16,4%
Bertelsmann (Random House/Transworld)	14,0%	15,4%	13,8%	14,9%	13,7%
Pearson (Dorling Kindersley/Pearson/Penguin)	12,6%	12,7%	11,2%	12,4%	12,0%
News Corporation (HarperCollins)	8,2%	8,4%	7,9%	8,3%	7,6%
Independent Alliance (Faber/Quercus/Canongate/Grove Profile Books/Granta/Icon/Short Books)				2,7%	3,3%
Holtzbrinck (Pan Macmillan)	3,3%	3,1%	3,1%	3,3%	3,3%
Oxford University Press	1,9%	2,0%	2,0%	1,9%	2,1%
Bloomsbury	3,8%	1,8%	2,5%	2,5%	2,0%
Andere (mit Independent Alliance 05-07)	43,7%	40,2%	45,2%	38,1%	39,6%

⁸¹ http://www.booksellers.org.uk/industry/display_report.asp?id=5009; 03.03.2010

Die vier größten Konzerne haben seit 2005 beinahe 50% des Marktes inne, die Tendenz ist etwa gleich bleibend.

Die folgende Statistik zeigt deutlich, dass die acht größten Konzerne deutlich mehr Verkäufe erzielen als sämtliche andere Verlage zusammen.⁸²



Seit 1950 stieg die Anzahl der publizierten Titel beachtlich. Wurden 1950 11 738 Novitäten veröffentlicht, waren es zehn Jahre später schon 18 794. Weitere zehn Jahre danach waren es 23 512 Bücher und 1979 32 854 Titel. Dies verdoppelte sich 1989 beinahe auf 61 196 Titel. 1999 sind es weitere 66 919 Bücher mehr als zehn Jahre davor und 2009 wurden 133 224 Titel produziert.

Die folgende Statistik listet die Anzahl der Neuerscheinungen in den Jahren 1999 bis 2009 auf.⁸³

⁸² vgl. http://www.booksellers.org.uk/industry/display_report.asp?id=5009; 03.03.2010

⁸³ Nielsen BookData – www.nielsenbookdata.co.uk;

(http://www.booksellers.org.uk/industry/display_report.asp?id=5008; 03.03.2010)

1999	128,115
2000	125,472
2001	121,517
2002	125,614
2003	129,986
2004	122,555
2005	109,689
2006	115,482
2007	119,465
2008	129,057
2009	133,224

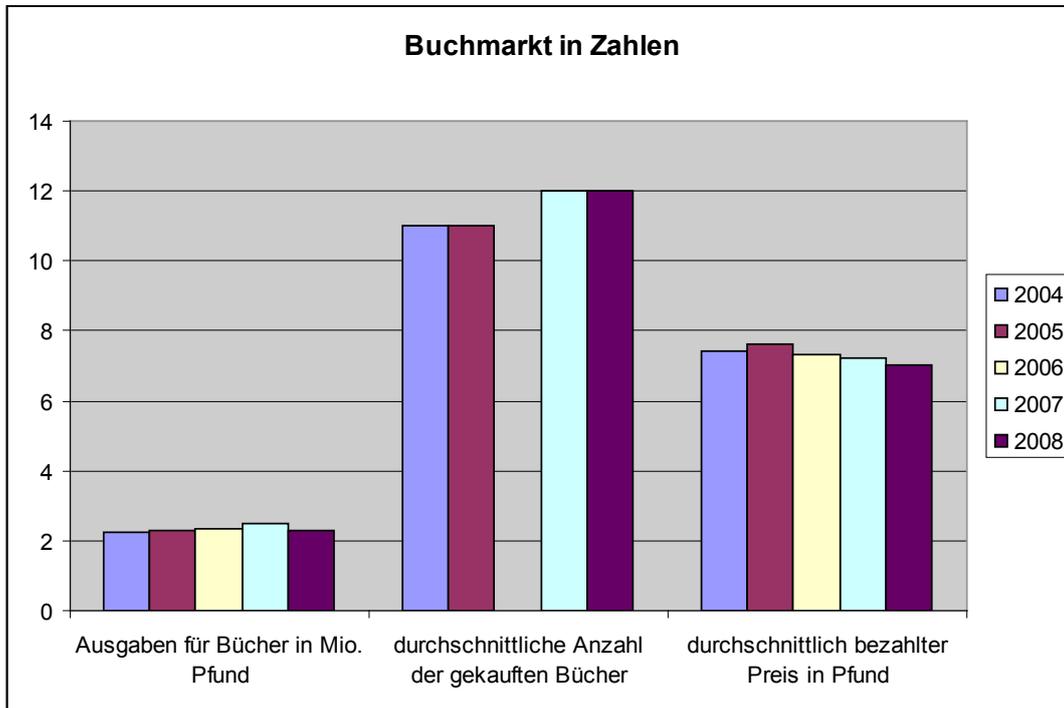
Einer der Gründe für das Ansteigen der Buchproduktion ist im Bevölkerungswachstum zu finden. Gab es 1951 50 Millionen Einwohner, so sind es 2001 beinahe 60 Millionen. Mit dem „Education Act“ wurde 1944 die allgemeine Schulpflicht bis 15 Jahre eingeführt, die 1972 auf 16 Jahre erhöht wurde.⁸⁴ Derselbe Beschluss ermöglichte es allen, Universitäten zu besuchen. Die Auswirkungen begannen sich in den 60er und 70er Jahren zu zeigen, als gut ausgebildete Fachkräfte auf den Arbeitsmarkt kamen. In den Folgejahren wurden zahlreiche Universitäten und Schulen gegründet. Dadurch vergrößerte sich auch der Markt für Bücher. Die folgenden Tabellen zeigen die Entwicklungen des Buchmarkts von 2004 bis 2008.

	2004	2005	2006	2007	2008
Verkaufszahlen für Bücher in Mio.	300	301	322	342	330
Ausgaben für Bücher in Mio. Pfund	2,219	2,292	2,356	2,469	2,313
durchschnittliche Anzahl der gekauften Bücher	11	11		12	12
durchschnittlich bezahlter Preis in Pfund	7,40	7,62	7,32	7,22	7,02

Die Verkaufszahlen steigerten sich bis 2007, im Jahr darauf waren sie leicht rückläufig. Die folgende Abbildung veranschaulicht, dass die Ausgaben für Bücher im untersuchten Zeitraum relativ konstant geblieben sind. Auch die Anzahl der erworbenen Bücher

⁸⁴ Feather: A history of British Publishing. S. 208

steigerte sich nur wenig. Der durchschnittliche Buchpreis war 2005 am höchsten und sank danach auf 7,02 Pfund pro Titel.⁸⁵



Der Buchmarkt war in den untersuchten Jahren relativ stabil, weder die Verkaufszahlen noch die Buchpreise waren starken Veränderungen unterworfen.

Der Jahresumsatz 2010 ist im Vergleich zum Vorjahr um 5,5% gesunken. Die Ursache ist wohl die Rezession durch die Wirtschaftskrise, welche Großbritannien härter trifft als die anderen in der Arbeit behandelten Länder. Die Präsidentin des britischen Verlegerverbands, Victoria Barnsley, fordert einen Wandel der Geschäftspraktiken, wie etwa keine hohen Rabatte an Supermärkte und Buchhandlungen oder kleinere Verlagsprogramme. HarperCollins beginnt, sein Programm zu reduzieren (-20%).⁸⁶

Im Verkauf wird der Umsatz durch Verkaufsgespräche generiert. Mit dem Zurückgehen der unabhängigen Buchhandlungen, der Dominanz von Buchhandelsketten und dem steigenden Verkauf über Internet und Supermärkte wird geschultes Verkaufspersonal selten.

⁸⁵ http://www.booksellers.org.uk/industry/display_report.asp?id=5072. 23.03.2010

⁸⁶ o.V.: Verschreckte Konsumenten. Buchmarkt zieht schwache Zwischenbilanz. Buchreport express. Nr. 28. 15. Juli 2010. S. 17

Bietet eine Supermarktkette einen Titel an, wird dieser automatisch zum Bestseller.⁸⁷
Unabhängige Buchhandlungen verlieren oftmals den direkten Kontakt zum Verlagshaus, da sie ihre Titel vom Großhändler beziehen.⁸⁸

Die großen Verlagshäuser beschäftigen Vertreter, die jeweils einen Landesteil bereisen, die Bücher den Buchhandlungen vorstellen und verkaufen.⁸⁹ Durch diverse technische Neuerungen, wie beispielsweise die Nielsen Book Data ist das Buchhandelsgeschäft transparent geworden.⁹⁰ Der Buchhändler kann sehr genau nachprüfen, wie viele Titel eines Autors verkauft wurden und muss sich nicht ausschließlich auf die Auskunft des Vertreters verlassen.

2.3.2. Ausgewählte Vertriebswege und Verkaufskanäle in Großbritannien

Verlage arbeiten mit unterschiedlichen Vertriebskanälen zusammen. Für Publikumsverlage ist es wichtig, dass ihre Titel in den Buchhandlungen präsent sind. Buchhändler sind nach wie vor die wichtigsten Kunden der Verlage, es wird viel Kapital in Werbung investiert. Doch auch die wachsenden Märkte über Supermärkte und des Internets werden bedient. So ist der Verkauf von Büchern in Supermärkte im Jahre 2005 um 90% und jener von Ketten um 18% im Vergleich zum Vorjahr angestiegen. Der Verkauf von Titeln in unabhängigen Buchhandlungen ist um 16% gesunken.⁹¹

Die folgenden Statistiken zeigen die größten Anbieter von Literatur und deren Standorte sowie deren Zulieferer.⁹²

Unternehmen	Zentrale
WH Smith Retail & WH Smith Travel	Swindon & London
Waterstone's Booksellers	Brentford
Blackwell UK	Oxford

87 Clark/Phillips: Inside Book Publishing. S. 194

88 Clark/Phillips: Inside Book Publishing. S. 194

89 Clark/Phillips: Inside Book Publishing. S. 200

90 Clark/Phillips: Inside Book Publishing. S. 202

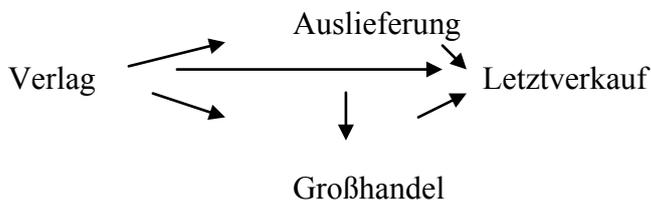
91 Clark/Phillips: Inside Book Publishing. S. 237

92 http://www.booksellers.org.uk/industry/display_report.asp?id=5035; 23.03.2010

Internetbuchhandel	
Amazon	Slough
The Book Depository	Gloucester
Play.com	Jersey
Supermärkte	
Asda	Leeds
J Sainsbury	London
Tesco Stores	Cheshunt

Zulieferer für Bibliotheken	
Blackwell UK	Oxford
Bertram Library Services	Norwich
Gardners Books (iHolt Jackson & Askews Library Services)	Eastbourne
Madeleine Lindley (Children's Books)	Oldham
J S Peters & Son (Children's Books)	Birmingham
YBP UK	Bicester
Großhändler	
Bertrams	Norwich
Gardners Books	Eastbourne

Bücher können entweder direkt vom Verlag, durch eine Auslieferung oder durch einen Großhändler zum Letztverkäufer gebracht werden.⁹³



Auf Grund der derzeitigen Rabattsituation kann es für einen Buchhändler günstiger sein, einen Titel im Supermarkt zu erwerben, als diesen direkt vom Verlag zu kaufen. Im April 1997 hatte „The Booksellers Association“ 1.839 unabhängige Buchhandlungen im Mitgliederverzeichnis. April 2007 waren es 1.424, also 415 weniger als zehn Jahre davor.⁹⁴ Obwohl die Zahlen zurückgegangen sind, kann dies als Zeichen gesehen werden, dass sich die unabhängigen Buchhandlungen nun stabilisiert und ihre Nische gefunden haben. Sie erkannten, dass ihre Kunden persönliche Beratung

⁹³ Clark/Phillips: Inside Book Publishing. S. 213

⁹⁴ Clark/Phillips: Inside Book Publishing. S. 239

schätzen. Im Gegensatz dazu stehen Buchhandelsketten, welche die Bestseller im vorderen Bereich der Buchhandlung präsentieren und diese günstig verkaufen, jedoch zumeist keine persönliche Beratung mehr anbieten.

Eine neue Gruppe von Verkaufsstellen wird gegenwärtig erfolgreicher, jene auf Flughäfen und in Bahnstationen. Insbesondere in Heathrow und Gatwick werden große Mengen an Taschenbüchern, Reiseliteratur und Fachliteratur verkauft.

Studien haben gezeigt, dass 97% der Vielkäufer gerne in eine Buchhandlung gehen.⁹⁵

Die folgende Statistik zeigt, dass diese nach wie vor die beliebteste Einkaufsform für Bücher ist. Doch auch andere Möglichkeiten werden gerne genutzt.⁹⁶

Ort	Buchhandlung	Supermarkt	Buchklub, Direktverkauf	Internet
%	44	32	11	22

2.3.2.1. *Buchhandel*

Den größten Anteil mit 44% haben Buchhandlungen. Diese unterteilen sich in Buchhandelsketten, unabhängige Buchhandlungen und Fachbuchhandlungen.

In den vergangenen 30 Jahren hat sich der Buchhandel professionalisiert.⁹⁷ Ketten bieten große Sichtbarkeit für einige wenige Titel, die sich besser verkaufen denn je. Oftmals gehen andere Titel (Backlist) daneben unter.

Die Buchhandelsketten versuchen, ihren unterschiedlichen Charakter hervorzuheben. So ist WHSmith auf beinahe allen Einkaufsstrassen in Großbritannien vertreten und verkauft 40 Millionen Bücher im Jahr. Eine Evaluation der Geschäfte auf Flughäfen und Bahnstationen im Jahr 2007 zeigt, dass diese etwa 500 Millionen Pfund umsetzen. Der Buchanteil liegt jedoch nur bei etwa 20%. WHSmith erreicht zwei Zielgruppen, die 15- bis 19-jährigen und die 45- bis 54-jährigen.⁹⁸ Die jüngere Zielgruppe wird durch das große Angebot von Zeitschriften und Medien angezogen, die ältere Zielgruppe durch die fundierte Auswahl an Literatur.

Waterstone's, ein Teil der HMV Group betreibt über 300 Filialen. Die durchschnittliche Waterstone's Filiale hat 30.000 bis 40.000 Titel lagernd, 150.000 Titel im größten

95 Clark/Phillips: Inside Book Publishing. S. 239

96 Clark/Phillips: Inside Book Publishing. S. 240

97 Clark/Phillips: Inside Book Publishing. S. 240

98 Clark/Phillips: Inside Book Publishing. S. 240

Geschäft.⁹⁹ In den 1980er Jahren konkurrierten Waterstone's und Dillons miteinander. Beide eröffneten große, schön ausgestattete, moderne Filialen. Die angestrebte Zielgruppe von Waterstone's sind Akademiker, Zeitungleser und Internetbenutzer. Als 2007 bekannt wird, dass einige Filialen geschlossen werden müssen, sagte Garry Johnson, leitender Manager des Unternehmens „there would be more emphasis on novels, cookery and children's books and less on "academic and humanities" areas, which [...] could still be bought online.“¹⁰⁰

Borders betreibt etwa 70 Filialen in Großbritannien. Hauptzielgruppe sind die 35- bis 44-jährigen. In den USA hat Borders beinahe 500 Filialen, der Hauptkonkurrent, Barnes & Noble betreibt über 700 Filialen.¹⁰¹

Die mittelgroßen Ketten betreiben in der Regel kleinere Geschäfte und konzentrieren sich auf die Top-5000-Titel. Unter ihnen sind wissenschaftlich ausgerichtete Buchhandlungen wie beispielsweise Blackwell, der zusammen mit Waterstone's die meisten Buchhandlungen in der Nähe von Universitäten betreibt. Blackwell hat über 60 Verkaufsstätten in Großbritannien.¹⁰²

Ketten wie Waterstone's betreiben einen zentralisierten Einkauf. Ein zentralisierter Einkauf bietet die Möglichkeit, hohe Rabatte auszuhandeln, da große Mengen erworben werden. Außerdem werden Kontrollvorgängen erleichtert.

Vertreter besuchen die Zentralen, präsentieren ihre Titel und verkaufen diese. WHSmith ist sein eigener Großhändler, auch hier gibt es einen Zentraleinkauf.¹⁰³ Die Ketten verfügen in der Regel über eine zentrale Marketingabteilung, die die Kundenwerbung, die Indoorpräsentationen, Auslagengestaltung sowie Veranstaltungen mit Autoren organisiert. Unabhängige Buchhandlungen versuchen, durch ungewöhnliche Aktionen auf sich aufmerksam zu machen. So fand im Juni 2010 die dritte „Independent Booksellers Week“ statt, an der 300 Sortimentsbuchhandlungen teilgenommen haben. Auch die Medien unterstützen unabhängige Buchhandlungen, so veröffentlichten beispielsweise der „Independent“ oder der „Guardian“ immer wieder Artikel über einzelne Geschäfte.

99 Clark/Phillips: Inside Book Publishing. S. 240

100 Teather, David: HMV goes low brow with 30 Waterstone's closures. The Guardian, 14 March 2007. (<http://www.guardian.co.uk/business/2007/mar/14/books.retail>; 14.04.2010)

101 Clark/Phillips: Inside Book Publishing. S. 241

102 <http://bookshop.blackwell.co.uk/jsp/editorial/shops/index.jsp>; 08.03.2010

103 Clark/Phillips: Inside Book Publishing. S. 242

Der „Daily Telegraph“ suchte die besten zehn Independent-Buchhandlungen und stellte diese ausführlich vor.¹⁰⁴

In Großbritannien wird ein Großteil des Marktes von wenigen Anbietern abgedeckt, jedoch gelingt es auch kleinen, unabhängigen Buchhandlungen immer wieder, wirtschaftliche Erfolge für sich zu verbuchen.

Weiters existierten in Großbritannien sogenannte Bargain-Bookshops, die Bücher zu sehr günstigen Preisen anboten. Diese haben jedoch an Bedeutung verloren, vor allem deshalb, weil beinahe überall Bücher für wenig Geld angeboten werden. Damit haben die Bargain-Bookshops ihre Existenzgrundlage verloren.

2.3.2.2. *Online-Buchhandel*

Der Online-Buchhandel in Großbritannien wird von Amazon bestimmt. 2007 wurden über 80% der aufgerufenen Webseiten für Bücher über Amazon getätigt.¹⁰⁵ Amazon belegt den vierten Platz der weltweit aufgerufenen Buchwebseiten. Die folgende Statistik zeigt die wichtigsten Homepages.¹⁰⁶

Rang	Name	
1	Amazon US	www.amazon.com
4	Amazon UK	www.amazon.co.uk
13	Barnes & Noble	www.barnesandnoble.com
25	Play.com	www.play.com
44	Wiley	www.wiley.com
64	Audible	www.audible.com
82	Cambridge University Press	www.cambridge.org

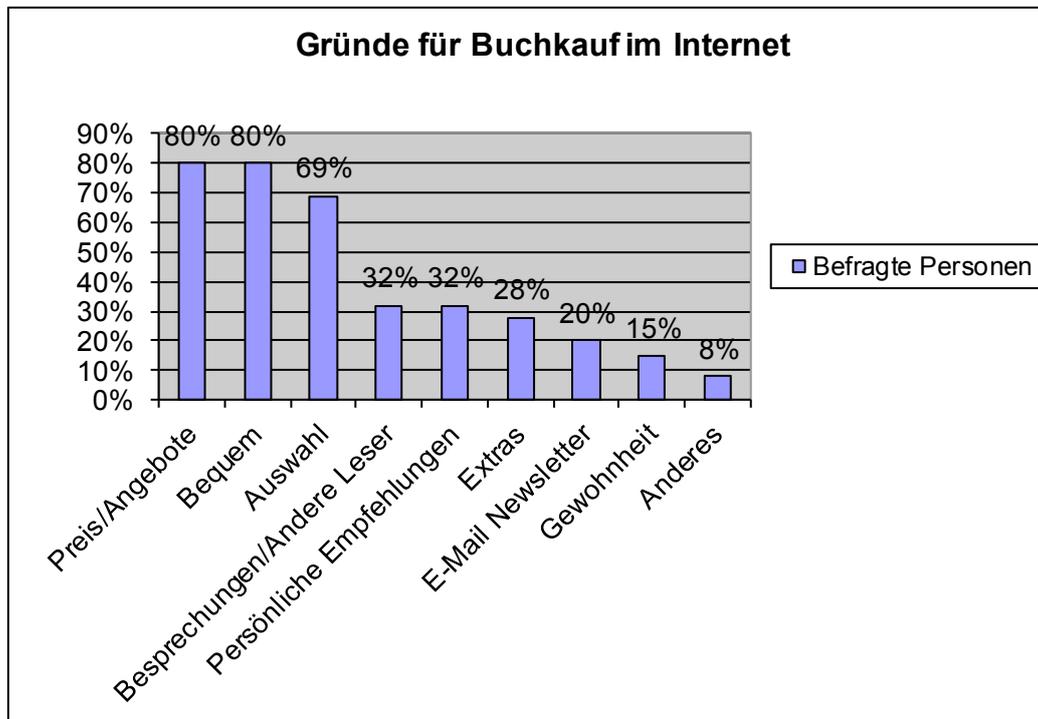
Mit internationalen Marken, hohen Rabatten auf viele Titel, dem 24-Stunden-Lieferservice und zusätzlichen Angeboten wie dem Verpacken von Geschenken sowie Buchempfehlungen auf Basis der bereits getätigten Käufe werden sie zu einer starken Konkurrenz für den traditionellen Buchhandel. Der Online-Buchhandel eröffnet neue Möglichkeiten für kleine Verleger, die ihre Titel nicht im Sortiment der Buchhandelsketten unterbringen können. Außerdem können so auch Backlisttitel noch vertrieben und die Remissionsraten relativ niedrig gehalten werden. Das Modell von

104 o.V.: Junge Indie-Generation erobert sich ihren Platz. In: Buchreport Magazin. 41. Jahrgang. Nr. 6. Juni 2010. S. 38ff

105 Clark/Phillips: Inside Book Publishing. S. 244

106 http://www.booksellers.org.uk/industry/display_report.asp?id=5026; 22.3.10

Amazon ist das einer Auslieferung. Das Unternehmen umgeht es, hohe Summen für Warenpräsentation und Filialen aufzuwenden. Vor allem für diejenigen, die keinen ständigen Zugang zu Buchhandlungen haben, ist das Internet eine angenehme und kostengünstige Alternative. Die folgende Statistik zeigt die Gründe für den Kauf über das Internet auf.¹⁰⁷



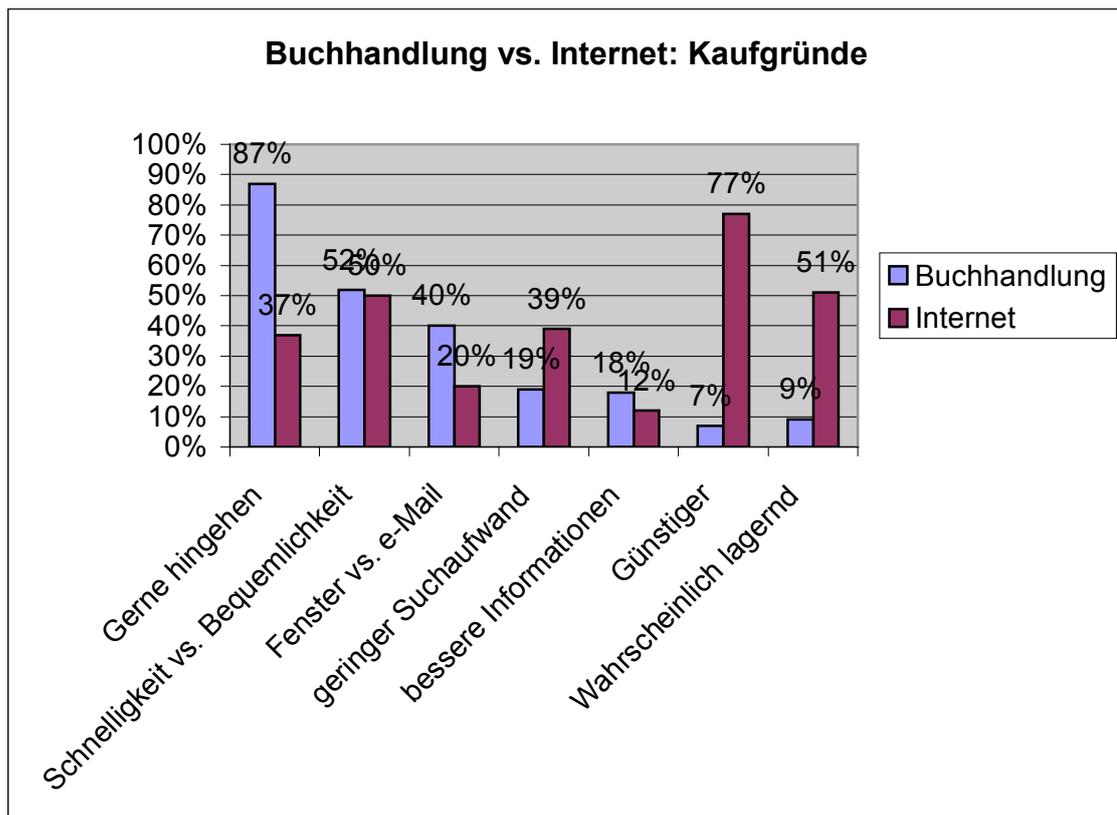
Auch die unterschiedlichen Motive, die dafür sprechen, Bücher entweder über das Internet oder in der Buchhandlung zu erwerben, lassen sich gut darstellen.¹⁰⁸

¹⁰⁷ o.V.: Lovereading & Book Marketing Ltd. Oktober 2009

(http://www.booksellers.org.uk/industry/display_report.asp?id=5072; 23.03.2010)

¹⁰⁸ o.V.: Book Marketing Ltd BookZone survey of 1500 heavy book buyers November 2007

(http://www.booksellers.org.uk/industry/display_report.asp?id=4972; 23.03.2010)



Bei einer Analyse der Produkttypen, die über das Internet gekauft werden, wurde festgestellt, dass das Buch der zweitbeliebteste Artikel ist. Von den Konsumenten, die online kaufen, erwerben 71% Bücher, in Zukunft sollen es 88% werden¹⁰⁹. Amazon ist zwar im Moment Marktführer im Internetbuchhandel, bekommt jedoch Konkurrenz von Waterstone's, Tesco und kleineren Marktteilnehmern, die ihre eigenen Homepages betreiben.

2.3.2.3. Supermarkt

Ein weiterer Vertriebskanal sind die Supermärkte. Der Einkauf ist zentralisiert. Bücher werden mit Ermäßigungen von bis zu 50% vom empfohlenen Verkaufspreis angeboten. Ein derartiges Preisniveau kann auf Dauer weder von Verlagen noch von Händlern erwünscht sein, da sich keine Gewinne erzielen lassen. Außerdem wird das Preisempfinden der Konsumenten verändert. So wurde 2007 der neue „Harry Potter“-Band (Harry Potter and the Deathly Hallows) bei Asda um 5 Pfund verkauft, der empfohlene Preis lag bei 17,99 Pfund. Obwohl der Gesamtanteil der Supermärkte am

¹⁰⁹ Clark/Phillips: Inside Book Publishing. S. 245

Buchmarkt noch eher gering ist, erreichen sie bereits bis zu 50% der Verkäufe bei Bestsellern, was auch erklärt, warum Verlage ihnen Rabatte bis zu 65% gewähren.¹¹⁰

Zwei der größten Supermarktketten in Großbritannien, die Bücher im Sortiment haben, sind Tesco und Sainsbury.

Seit 2006 bieten über 650 Tesco-Filialen eine Buchabteilung (mit bis zu 5000 Titeln in der größten Filiale) an.¹¹¹ Bereits ein Fünftel der Tesco-Kunden erwarb 2005 dort auch Bücher.

Tesco und Sainsbury begannen bereits in den frühen 90er Jahren, Bücher in ihr Sortiment aufzunehmen.¹¹² Es existieren einige Mythen zum Thema Supermarkt und Bücher. Zum einen wäre dies, dass der Buchverkauf ein Verlustgeschäft ist. Bei einigen wenigen Titeln mag das durchaus stimmen, doch Supermärkte machen einen Profit bei 99% der Titel, die sie verkaufen. Eine weitere falsche Annahme ist, dass Supermärkte nur eine Handvoll Bestseller lagernd haben, denn das Sortiment geht, zumindest in den großen Filialen, durchaus in die Tiefe. Ein weiterer Irrglaube ist, dass diese nur kommerzielle Romane von bekannten Autoren oder Prominentenbiographien vertreiben. Doch Supermärkte verkaufen auch Klassiker, Kochbücher, Biographien und Kinderbücher. Tesco hat mehr Exemplare von Ali Smiths Roman „*The Accidental*“ verkauft als Waterstone's.

Die Vorgehensweise, massenverkäufliche Taschenbücher zu stapeln und langsam drehende Titel aus dem Sortiment zu entfernen, scheint zu funktionieren. Denn Supermärkte entwickeln sich zu immer beliebteren Einkaufsorten für Bücher.¹¹³

2.3.2.4. *Großhandel*

Viele unabhängige Buchhandlungen lagern zwischen 12.000 und 20.000 Titel. Die Meisten erhalten ihre Ware von zwei Großhändlern, die innerhalb von 24 Stunden liefern. Das ist zum einen Garners in Eastbourn, der über 700.000 Titel von mehr als 4000 Verlagen vorrätig hat, zum anderen Bertram Books in Norwich, der über 500.000 Titel von ca. 4000 Verlagen lagert.¹¹⁴ Rund 30% der Verkäufe der Auslieferungen lassen sich auf unabhängige Buchhandlungen zurückführen. Die Großhändler werden

¹¹⁰ Clark/Phillips: Inside Book Publishing. S. 244

¹¹¹ Clark/Phillips: Inside Book Publishing. S. 244

¹¹² Clark/Phillips: Inside Book Publishing. S. 243

¹¹³ Clark/Phillips: Inside Book Publishing. S. 243

¹¹⁴ Clark/Phillips: Inside Book Publishing. S. 246

zum Außenlager der Buchhandlungen. Doch sie weiten ihre Kreise aus und beliefern auch Ketten und Supermärkte sowie Schulen und Bibliotheken. Ende der 1990er Jahre steigen sie in den Online-Buchhandel ein, so unterstützt Bertram Books die Homepage von Waterstone's.¹¹⁵ 2006 werden rund 20% der Bücher, die nicht direkt verkauft werden, über die Großhändler vertrieben, Bertrams und Gardners liefern 80%. Direktverkäufe werden vor allem von Fachverlagen betrieben, da sie an ein bekanntes Zielpublikum verkaufen.

2.3.2.5. *Buchklubs*

Ein Buchklub ist eine besondere Form des Buchhandels, welche auf dem Prinzip der Mitgliedschaft basiert, mit der Verpflichtung, dass aus dem angebotenen Buchgemeinschaftsprogramm eine bestimmte Anzahl von Artikeln in einem festgesetzten Zeitraum erworben werden.¹¹⁶ Die Strategie der Buchklubs ist es, die Aufmerksamkeit der Mitglieder auf eine kleine Zahl von empfohlenen Titeln zu lenken, die sehr günstig angeboten werden.

1966 wurde die Book Club Association gegründet.¹¹⁷ Der Buchklub gehört zum Bertelsmann Konzern. Lizenzverkäufe an Buchklubs sind üblich, denn diese drucken ihre eigenen Ausgaben (Klubausgaben). Für Buchklubs wird es immer schwieriger, die Mitglieder zu halten, weil die Konkurrenz mit niedrigen Preisen oder Zusatzangeboten wirbt. So versendet Amazon beispielsweise Informationen zu neuen oder reduzierten Titeln, die zum Profil des Kunden passen.¹¹⁸

2.3.2.6. *Gebrauchte Bücher*

2006 kauften 22% der Erwachsenen gebrauchte Bücher. Oxfam betreibt über 100 darauf spezialisierte Buchhandlungen.¹¹⁹ Das Internet hat die Suche nach gebrauchten Büchern revolutioniert. Verlage sind besorgt ob des Einflusses dieser Käufe, da sie daraus keine Gewinne erzielen können. Konsumenten haben den Vorteil, auch seltene oder vergriffene Titel erwerben zu können.

¹¹⁵ Clark/Phillips: Inside Book Publishing. S. 246

¹¹⁶ Schütz, Erhard/Bittkow, Silke/Oels, David/Porombka, Stephan/Wegmann, Thomas (Hrsg.): Das BuchMarktBuch. Der Literaturbetrieb in Grundbegriffen. Hamburg: 2005. S. 74

¹¹⁷ Clark/Phillips: Inside Book Publishing. S. 250

¹¹⁸ Weitere Zahlen zu den Buchklubs in Großbritannien waren nicht zu ermitteln.

¹¹⁹ Clark/Phillips: Inside Book Publishing. S. 251

2.3.2.7. *Print on Demand*

Seit Mitte der 90er Jahre gibt es „print on demand“ (PoD). Das bedeutet, dass ein Buch erst dann gedruckt wird, wenn es bestellt ist.¹²⁰ Damit werden Texte lieferbar gehalten, bei denen sich eine Neuauflage nicht lohnen würde.¹²¹ Man spart Lagerkosten, kann neue Produkte daraus entwickeln (Großdruck), und hält die Backlist am Leben.¹²² Ein Beispiel für PoD ist die „Espresso book machine“, welche die gewünschten Titel innerhalb weniger Minuten druckt und bindet. Ein Anbieter in Großbritannien ist Xlibris Publishing. Im Moment wird das Print on Demand System vor allem bei wissenschaftlichen Publikationen verwendet.

2.4. *Kinder- und Jugendbuchmarkt in Großbritannien*

In den 1970er Jahren waren die Aussichten von Kinder- und Jugendbuchverlagen eher negativ. Buchhandelsketten kauften Kinderliteratur nur sehr bedingt ein und Schulen und Bibliotheken mussten ihr Budget zurückschrauben. An der Vorstellung der Verleger, die Leser von morgen zu erziehen, regten sich ernste Zweifel. Zwischen 1981 und 1990 fiel zwar die Geburtenrate, doch die Branche wurde einfallsreich und hielt den Negativtrend auf.¹²³ Verlage fanden neue Distributionswege, wie beispielsweise Supermärkte, Spielzeuggeschäfte oder Direktverkäufe, sei es nun in Schulen oder über Buchklubs. Co-Editionen werden herausgegeben, durch welche der Produktionspreis der einzelnen Titel niedriger gehalten wird.

Co-Editionen werden vor allem bei der Herstellung von Bildbänden und Kinderbüchern gemacht. Verleger schicken die digitalen Daten der Illustrationen an die jeweiligen Übersetzer, die den Text um die Illustrationen herum gestalten. Die Bilder werden durch den klassischen Vierfarbendruck erzeugt (Cyan, Magenta, Yellow, Black), der fünfte Zylinder druckt den Text außerhalb der Illustrationen ab. In eben diesem Zylinder wird die jeweilige Sprache eingespeist. So lassen sich die Kosten etwas senken.¹²⁴

Peter Usborne, der Gründer des Kinderbuchverlags Usborne, sagte in einem Interview mit „The Bookseller“ 2007:

¹²⁰ Clark/Phillips: Inside Book Publishing. S. 214f

¹²¹ o.V.: Wo ist PoD sinnvoll, Frau Schelleis? In: Buchreport Magazin. 41. Jahrgang. Nr. 6. Juni 2010. S. 12

¹²² o.V.: Der Griff nach dem Long Tail. In: Buchreport. Nr. 40. Jahrgang. 11.11.2009. S. 68

¹²³ Clark/Phillips: Inside Book Publishing. S. 27

¹²⁴ Clark/Phillips: Inside Book Publishing. S. 229

You have to invest in each of the books you produce – you have to create something that is more expensive than your partner can afford to create so that they will buy it from you rather than making it themselves.¹²⁵

Ein Beispiel für eine Co-Edition ist das Bilderbuch *Izzy and Skunk* von Marie Louise Fitzpatrick. Ursprünglich stammte es aus England, es wurden Co-Editionen mit irischen Verlagen gemacht.

Der Markt weitet sich aus und die ersten Bestsellerlisten für Kinderliteratur entstehen. Durch die Rezession Anfang der 90er Jahre ging der Verkauf von Kinderliteratur um 13% zurück.¹²⁶ Der Rückgang wurde darauf zurückgeführt, dass Geld in neue Produkte, wie Computerspiele, investiert wird.¹²⁷ Kinder- und Jugendbuchverlage brachten jährlich etwa 8.000 Titel pro Jahr auf den Markt. Diese Zahl ist in den vergangenen zehn Jahren konstant geblieben.

Ende des zwanzigsten Jahrhunderts kam es zu einer unerwarteten Entwicklung am Kinder- und Jugendbuchmarkt. Auslöser dafür war „Harry Potter“ von J.K. Rowling. Über 260 Millionen Exemplare der sieben Harry- Potter-Bände gingen über den Ladentisch. Die Buchreihe wurde in über sechzig Sprachen übersetzt, zwei davon waren Latein und Altgriechisch.¹²⁸ Die Bücher sprechen nicht nur Kinder, sondern auch Erwachsene an. Verlage gründen und vermarkten Reihen und Serien um fiktionale Charaktere, die für das Merchandising verwendet werden können.¹²⁹

Die großen Kinderbuchverlage Großbritanniens sind die Imprints von Puffin, Ladybird und Dorling Kindersley, die alle zur Penguin-Gruppe gehören. Außerdem jene der großen Publikumsverlage wie Hachette UK, HarperCollins, Random House, Macmillan und die Oxford University Press.¹³⁰

Weiters gibt es spezialisierte Kinderbuchverlage, die nicht zu Konzernen gehören, wie beispielsweise Egmont, Scholastic, Usborne oder Walter Books. Der Parragon Verlag wird zum Zulieferer für Supermärkte und erreicht die Buchhandlungen durch seine

¹²⁵ Horn, Caroline: The Usborne Identity. In: The Bookseller. 22. Oktober 2007

(<http://www.thebookseller.com/in-depth/trade-profiles/46850-the-usborne-identity.html>; 13.04.2010)

¹²⁶ Clark/Phillips: Inside Book Publishing. S. 27

¹²⁷ Clark/Phillips: Inside Book Publishing. S. 28

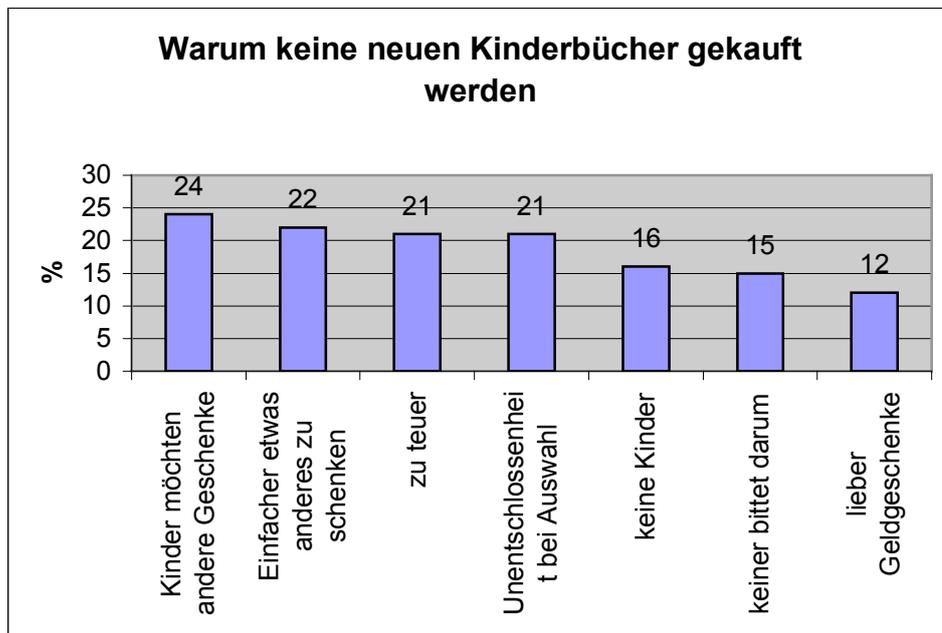
¹²⁸ Jackson, Patrick Thaddeus; Mendaville, Peter: Glocal Hero. Harry Potter Abroad. In: Nexon, Daniel; Neumann, Iver (Hrsg.): Harry Potter and International Relations. Oxford: 2006. S. 45

¹²⁹ Beim Merchandising werden Güter, die mit dem eigentlichen Produkt in Zusammenhang stehen vermarktet und dadurch der Verkauf des Ursprungsprodukts angekurbelt. Merchandising ist ein Teilbereich des Marketings. Dabei geht es um die Verwertung von Lizenzen, die darauf beruhen, dass eine bereits bekannte Marke für ein anderes Produkt genutzt werden kann. (Böll, Karin: Merchandising. Die neue Dimension der Verflechtung zwischen Medien und Industrie. München: 1996. S. 298)

¹³⁰ Clark/Phillips: Inside Book Publishing. S. 29

Lizenzen mit Disney. Dass Bloomsbury in den letzten Jahren zum größeren Verlag geworden ist, steht sicher in Zusammenhang mit dem Erfolg der „Harry Potter“-Bände. Kinderbücher verkaufen sich vor allem dann, wenn sie in Verbindung mit anderen Produkten ausgestellt werden. So präsentiert WHSmith die Bücher in der Kuscheltier- und Spielzeugabteilung. Dies ist ein Ort, an den Eltern mit ihren Kindern kommen.¹³¹ Kinderliteratur wird in Supermärkten und im Internet angeboten. Außerdem wird sie direkt an Schulen geliefert, die als wichtiger Vertriebsort für Kinderbücher gelten. Hier funktioniert die Mund-zu-Mund-Propaganda von selbst. Buchausstellungen in Schulen haben zugenommen.¹³² Schulen profitieren entweder von Freiemplaren für die Schulbibliothek oder von Rabatten. Scholastic ist der größte Vertreiber von Literatur in Schulen.

Oftmals werden Kinderbücher nicht gekauft, obwohl Interesse und Bedarf sowohl von Erwachsenen- als auch von Kinderseite bestünde. Dafür gibt es eine Reihe von Erklärungen, welche in der folgenden Statistik dargestellt sind.¹³³



¹³¹ Clark/Phillips: Inside Book Publishing. S. 251

¹³² Clark/Phillips: Inside Book Publishing. S. 251

¹³³ Book Marketing Limited/Arts Councils England (Hrsg.): Expanding the book market. A study of reading and buying habits in GB. London: 2005
(http://www.bookmarketing.co.uk/uploads/documents/expanding_the_market_final_report.pdf;
02.04.2010). S. 16

Auffallend und wohl auch selbsterklärend ist, dass Kinderbücher fast ausschließlich als Geschenk gekauft oder eben nicht gekauft werden.

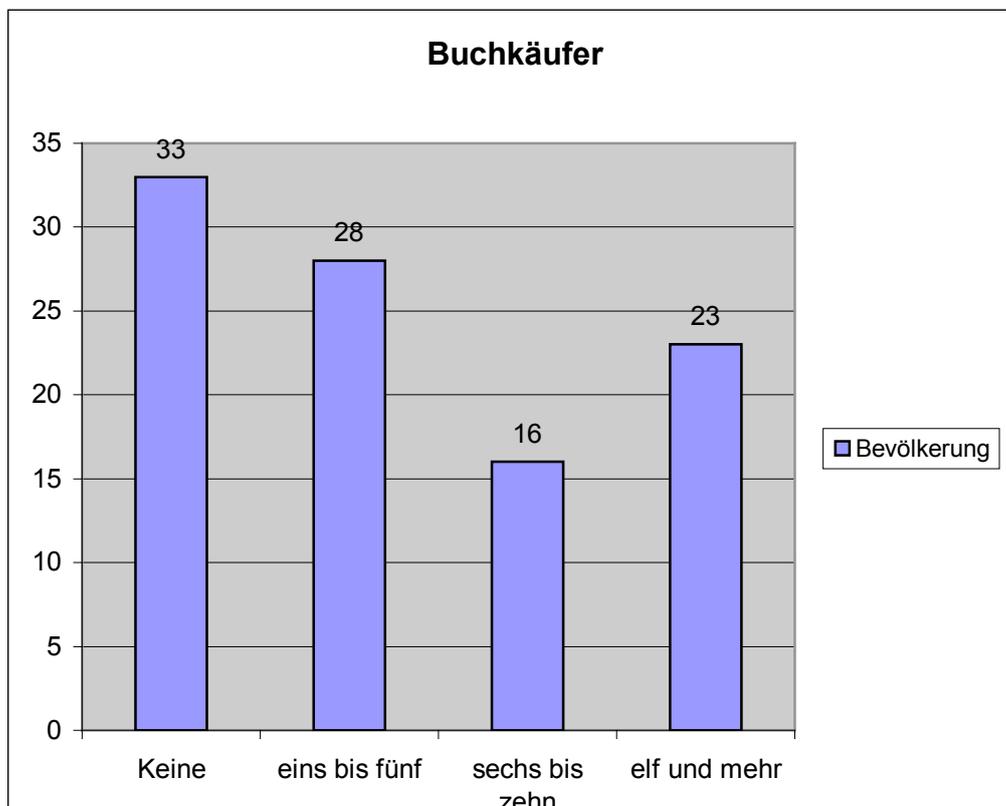
Am öftesten wird angenommen, dass Kinder lieber andere Geschenke bekommen. Außerdem scheint es einfacher, etwas anderes zu schenken. 21% befürchten, das Falsche auszuwählen. Der Preis spielt ebenfalls eine Rolle, Kinderbücher scheinen im Vergleich zu Erwachsenenliteratur zu teuer zu sein.¹³⁴

Beinahe vier Fünftel der befragten Personen mit Kindern geben an, diesen regelmäßig vorzulesen, wobei Männer dies weniger häufig tun als Frauen. Rund 80% finden es wichtig, dass Kinder Bücher lesen, weil es als Förderung angesehen wird.¹³⁵

2.5. *Leserforschung und Leseförderung*

2.5.1. Allgemein

Es gibt eine große Bandbreite von Buchkäufern.¹³⁶



¹³⁴ Book Marketing Limited: Expanding the book market. S. 30

¹³⁵ Book Marketing Limited: Expanding the book market. S. 42

¹³⁶ Book Marketing Limited: Expanding the book market. S. 10

Die Statistik umfasst den Zeitraum von einem Jahr und zeigt, dass 33% der Erwachsenen keine Bücher erwerben. 28% kaufen 1 bis 5 Bücher, 16% kaufen 6 bis 10 Bücher, 23% kaufen 11 oder mehr. Wie erreicht man jene 33%, die überhaupt keine Bücher kaufen? Versuche dazu dafür sind der „World Book Day“ oder das „National Year of Reading“.¹³⁷ Auch Bibliotheken haben eine wichtige Vermittlerrolle inne. Für Verlage ist es verführerisch, sich auf die Vielbuchkäufer zu konzentrieren, da sich diese für Literatur interessieren und häufig in Buchhandlungen kommen.

Die Buchverkäufe in Großbritannien steigen mit dem Alter und Einkommen. Man könnte also meinen, dass die über 60jährigen die meisten Bücher kaufen, doch genau hier findet ein Rückgang statt. Bildung ist ebenfalls ein relevanter Faktor, je höher die Ausbildung, desto mehr Bücher werden gekauft.

Das Benutzen öffentlicher Verkehrsmittel unterstützt das Lesen, wie man in der U-Bahn in London sehen kann. Einer von sieben Erwachsenen, der regelmäßig öffentliche Verkehrsmittel benutzt, liest währenddessen ein Buch.¹³⁸

Frauen kaufen mehr Bücher als Männer, Kinderbücher erreichen einen Anteil von etwa 25% am Gesamtverkauf. Teenagern steht eine breite Bandbreite an Freizeitmöglichkeiten (Internet, Videospiele) zur Verfügung. Eine BBC-Umfrage im Jahr 2007 hat ergeben, dass 650.000 Teenager mehr als 15 Bücher im Jahr lesen.

Die Untersuchung, auf welche sich der folgende Teil bezieht, wurde von „Book Marketing Limited“ (BML) in den Jahren 2000 bis 2004 mit etwa 2000 befragten Personen durchgeführt. Die meisten Erwachsenen sind mit der Anzahl der Titel, die sie kaufen, zufrieden. Unter bestimmten Umständen würden sie mehr Bücher erstehen. Dazu zählen Angebote, denn 55% der Konsumenten wollen mehr verbilligte Bücher, 43% Angebote wie „3 for 2“.¹³⁹ Außerdem wünscht man sich längere Ladenöffnungszeiten, mehr persönliches Service, viele Empfehlungen und Nonbooks.¹⁴⁰

Bücher sollen für den Käufer einen Wert darstellen und einfach zu bekommen sein. Als Vorschläge für einen alltagstauglichen Zugang zu Büchern werden der Vertrieb über

¹³⁷ Clark/Phillips: Inside Book Publishing. S. 170

¹³⁸ Book Marketing Limited: Expanding the book market. S. 48

¹³⁹ http://www.booksellers.org.uk/industry/display_report.asp?id=4972; 23.03.2010

¹⁴⁰ Unter Nonbooks versteht man Artikel, die Ergänzungen zu Büchern darstellen, jedoch nicht zwingend drucktechnischer Herkunft sind, wie beispielsweise Kuscheltiere, Taschen, Geschirr und dergleichen. (vgl. Schütz: BuchMarktBuch. S. 84)

Supermärkte, Flughäfen, der Arbeitsplatz sowie wieder längere Öffnungszeiten bei Buchhandlungen genannt.¹⁴¹

Auch mit der Anzahl der gelesenen Bücher sind die meisten Erwachsenen zufrieden, Nichtleser ziehen andere Beschäftigungen vor.

Kunden bevorzugen Buchhandlungen, die über eine übersichtliche Auszeichnung der Abteilungen, Informationen zu Autoren, die mit anderen vergleichbar sind, Bestsellerlisten in allen Genres und genaue Altersempfehlungen bei Kinder- und Jugendliteratur verfügen.¹⁴²

Als problematisch wird bei der Studie hervorgehoben, dass die zahlreichen Sonderangebote („3 for 2“) dazu führen, dass normalpreisige Bücher als überteuert angesehen werden.¹⁴³ Kunden sehen ein für sie interessantes Buch und erwerben es nicht gleich, da sie es vielleicht günstiger bekommen können. Oftmals wird dies dann vergessen.

Es wurde festgestellt, dass viele der Befragten Bücher nicht verschenken, da sie befürchten, den Geschmack des zu Beschenkenden nicht zu treffen. Außerdem wurde angeführt, dass die Preise auf dem Buchrücken abgedruckt sind, sowie die hohen Versandkosten in Relation zu dem relativ geringen Preis eines Buches.¹⁴⁴ Persönlichen Empfehlungen wird am meisten vertraut.¹⁴⁵ Über 60% kaufen Titel nach Anregung von Freunden oder Familienmitgliedern. Buchbesprechungen nehmen mit 49% den zweiten Stellenwert ein. Radiosendungen, Werbung und TV News Magazine sind ebenfalls relevant. Titel, die in Sendungen wie jene von Jon Stewart und Oprah Winfrey werden von 8 bzw. 6% beachtet.¹⁴⁶

Faktoren, die die Kaufentscheidung maßgeblich beeinflussen sind in der folgenden Statistik dargestellt.¹⁴⁷

¹⁴¹ Book Marketing Limited: Expanding the book market. S. 5

¹⁴² Book Marketing Limited: Expanding the book market. S. 6

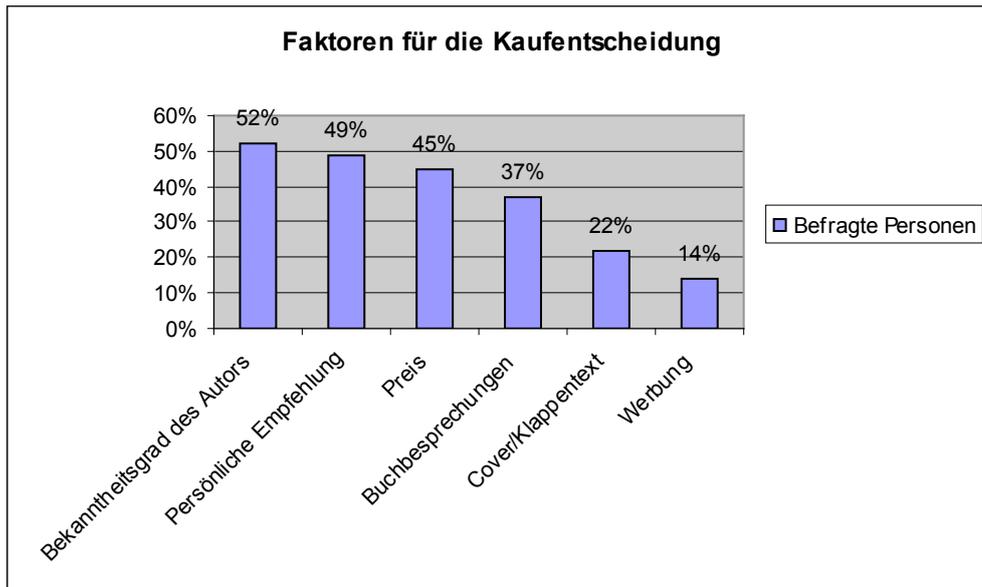
¹⁴³ Book Marketing Limited: Expanding the book market. S. 6

¹⁴⁴ Book Marketing Limited: Expanding the book market. S. 6

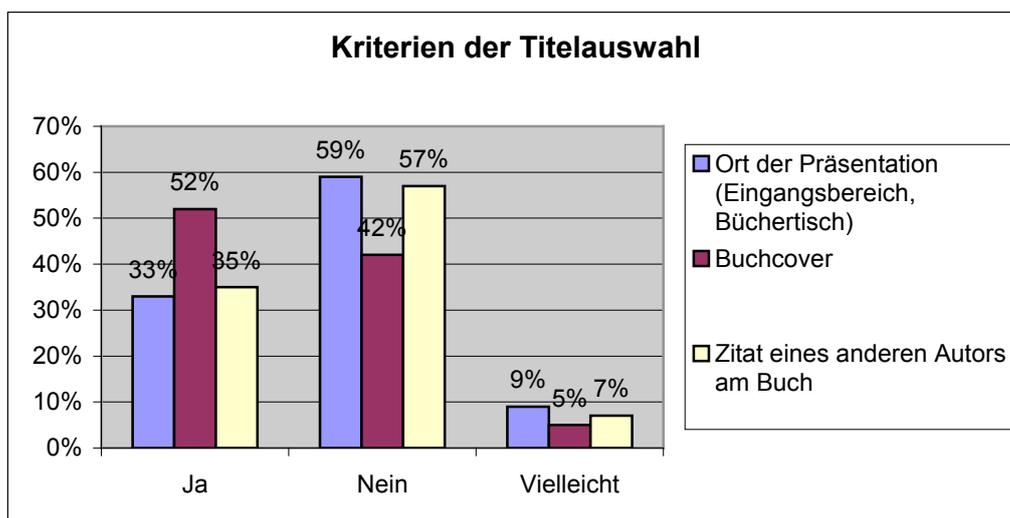
¹⁴⁵ Book Marketing Limited: Expanding the book market. S. 7

¹⁴⁶ http://www.booksellers.org.uk/industry/display_report.asp?id=4972; 23.03.2010

¹⁴⁷ http://www.booksellers.org.uk/industry/display_report.asp?id=4972; 23.03.2010



Pro Jahr erscheinen in Großbritannien etwa 130.000 Titel. Die Auswahl an Neuem ist unüberschaubar. Jedoch lassen sich einige Faktoren bei der Titelauswahl festmachen, wie die folgende Statistik zeigt.¹⁴⁸



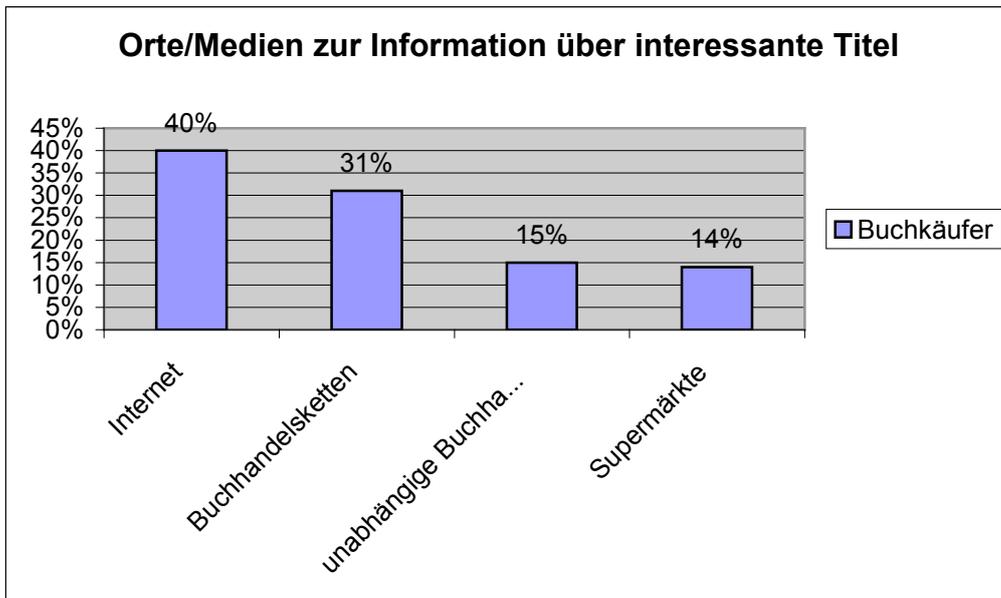
Informationen zu neuen Titeln und interessanten Autoren beziehen 18% der Befragten von Displays in der Buchhandlung. 17% verlassen sich auf Besprechungen in Zeitungen und Magazinen, ebenfalls 17% erfahren es von Freunden oder Familienmitgliedern. Der Klappentext ist lediglich für 6% ausschlaggebend.¹⁴⁹

¹⁴⁸ http://www.booksellers.org.uk/industry/display_report.asp?id=4972; 23.03.2010

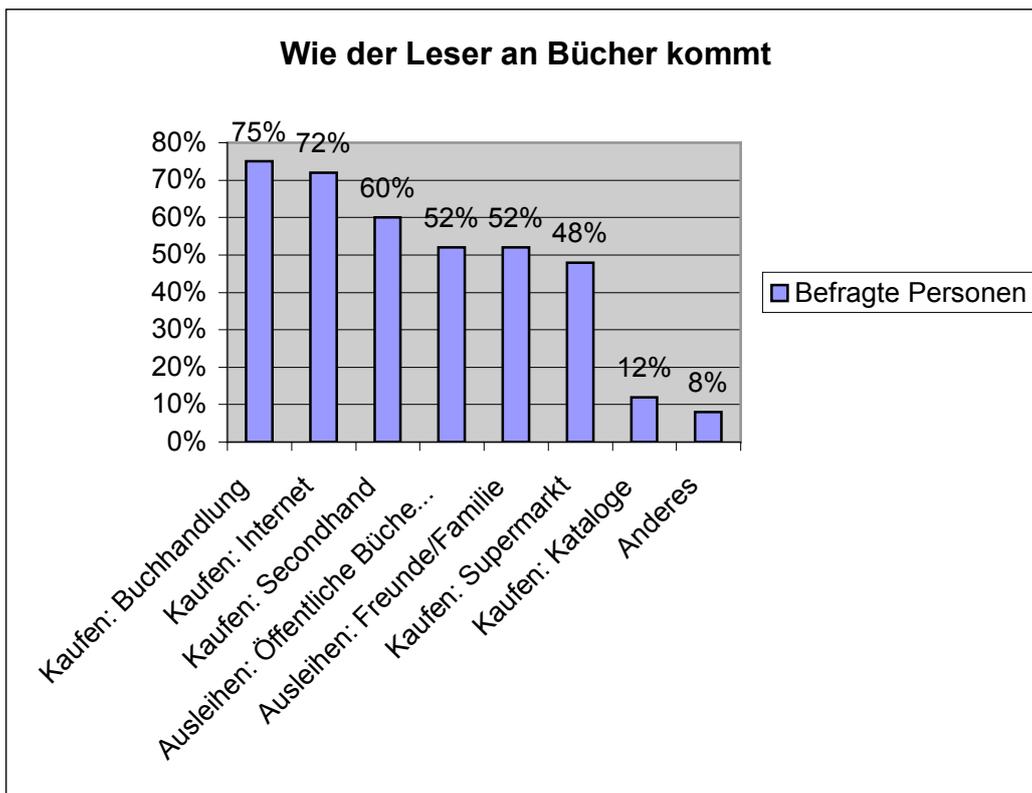
¹⁴⁹ o.V.: Reading the Future Survey. Juni 2009.

(http://www.booksellers.org.uk/industry/display_report.asp?id=4972; 22.03.2010)

Weitere Informationen werden folgenden Medien entnommen: ¹⁵⁰



Hat der Leser sich für einen Titel entschieden, stellt sich die Frage, wo er ihn erwirbt. ¹⁵¹

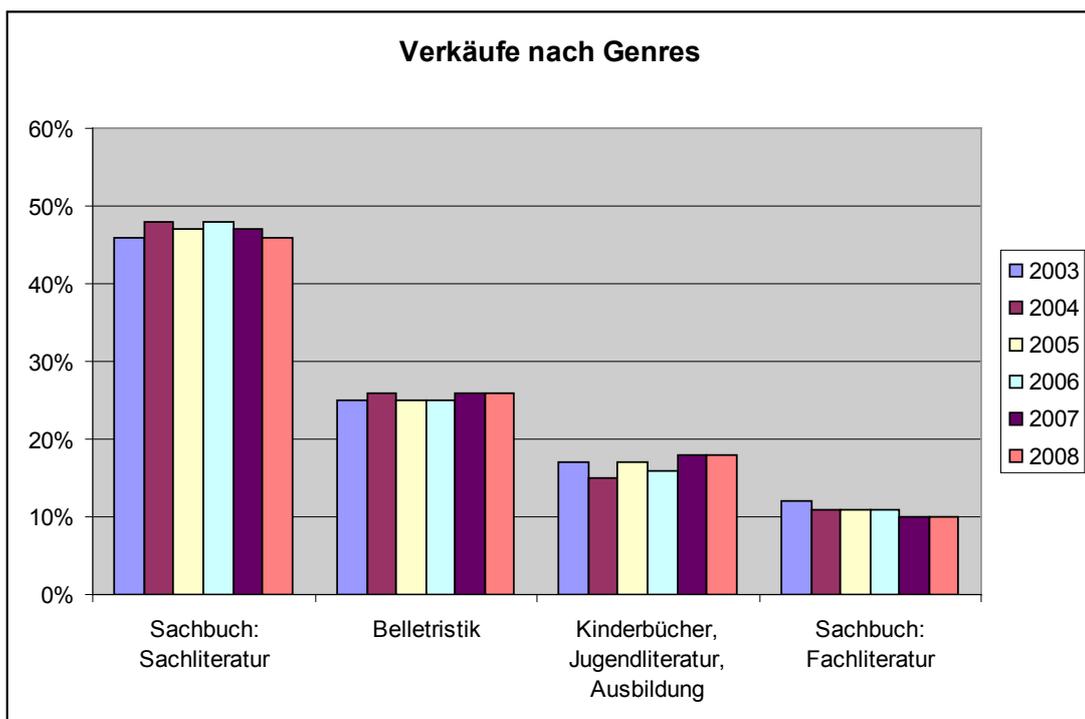


¹⁵⁰ http://www.booksellers.org.uk/industry/display_report.asp?id=4972; 22.03.2010

¹⁵¹ http://www.booksellers.org.uk/industry/display_report.asp?id=5072; 23.03.2010

75% der befragten Personen entscheiden sich am häufigsten für die Buchhandlung, dicht gefolgt von Käufen über das Internet (72%). 60% erwerben Titel antiquarisch, 52% leihen sich Bücher entweder von Freunden oder aus Bibliotheken aus. 48% kaufen ihre Lektüre am öftesten im Supermarkt. Das bedeutet, dass die klassische Buchhandlung in Großbritannien nach wie vor die am häufigsten genutzte Einkaufsform ist. Der Internetbuchhandel liegt jedoch nur knapp dahinter.

50% aller verkaufte Titel stammen aus dem Bereich der Sachliteratur. Mit Umsätzen von in etwa 25% liegt die Belletristik an zweiter Stelle. Kinderliteratur und Fachliteratur sind mit etwa 18 bzw. 11% konstant.¹⁵²



2.5.2. Ausgewählte Projekte zur Leseförderung

Ein interessantes Konzept zur Leseförderung in Großbritannien ist "Bookstart". Kostenlos werden drei verschiedene Bücherzusammenstellungen vergeben.

Das erste Paket ist für Babys (0-12 Monate), das zweite, *Bookstart +*, für Kleinkinder im Alter von 18-20 Monaten und die dritte Kombination, *My Bookstart Treasure Chest*, für Kinder zwischen 36 und 48 Monaten.¹⁵³ Außerdem gibt es Gutscheine, mit welchen man jedes Kinderbuch um einen Pfund günstiger bekommt. Einlösbar sind diese in den

¹⁵² http://www.booksellers.org.uk/industry/display_report.asp?id=5031; 03.03.2010

¹⁵³ <http://www.bookstart.org.uk/show/feature/Resources/Bookstart-packs-front-page>; 22.03.2010

Filialen von Waterstone's, Blackwells, WHSmith und in vielen unabhängigen Buchhandlungen.¹⁵⁴

Das Ziel von „Bookstart“ ist es, Kleinkinder und Kinder möglichst früh in Berührung mit Büchern zu bringen. Kinder profitieren davon. Eltern lesen Bücher vor, es entsteht eine emotionale Bindung und Wortschatz, Kommunikationsfähigkeit und die Fähigkeit, zuzuhören, werden ausgebildet.

„Bookstart“ verteilt nun jährlich mehr als 1 300.000 Bücher jährlich an mehr als 670 000 Babys. Begonnen hat „Bookstart“ im Jahr 1992 als Pilotprojekt für 300 Babys, das sich danach rasant gesteigert hat.¹⁵⁵ Nun werden bereits zweisprachige Zusammenstellungen (mehr als 25 Sprachen) angeboten. Das Projekt wird von „Booktrust“ verwaltet, es wird sowohl von der Regierung als auch von privaten Sponsoren finanziert. Zu den Sponsoren zählen unter anderem 25 Kinderliteraturverlage und „Red House Books“.

Seit 2007 gibt es den „World Book Day“ (WBD), an dem alle Schüler einen Gutschein von einem Pfund bekommen, den sie entweder von einem Buch ihrer Wahl abziehen lassen können oder ein speziell für den Anlass produziertes Buch erwerben können. Diese Gutscheine heißen „Book Token“. Seit 1997 werden mehr als 130 Mio. dieser Gutscheine in Buchhandlungen angenommen.¹⁵⁶ 2006 wurden am WBD Kurzlesungen mit Werkauschnitten bekannter Autoren veranstaltet, die zum Lesen anregen sollen. 2009 berichtete der Medienkonzern von Rupert Murdoch News Corp. erstmals mit allen vier Zeitungen („Times“, „News of the World“, „Sun“ und „Sunday Times“) vom WBD. In diesen Zeitungen wurden Gutscheine abgedruckt, mit denen Leser beim Kauf eines Taschenbuchs ein zweites kostenlos erhielten.¹⁵⁷

2007, im Jubiläumsjahr von Daphne Du Maurier, wurden in Brighton Exemplare des Romanes „Rebecca“ verschenkt. 2008 wurde das „National Year of Reading“ ausgerufen.¹⁵⁸

Organisationen wie der „National Literacy Trust“ und der „Booktrust“, sowie die Regierung, unterstützen die Leseförderung.

¹⁵⁴ <http://www.bookstart.org.uk/show/feature/About-us/Bookstart-Frequently-Asked-Questions>; 22.03.2010

¹⁵⁵ <http://www.bookstart.org.uk/show/feature/About-us/History-of-Bookstart>; 22.03.10

¹⁵⁶ o.V.: Großbritannien: Briten feiern ihren „Welttag des Buches“. In: Buchreport. Nr. 8. 41. Jahrgang. 25.02.2010. S. 23

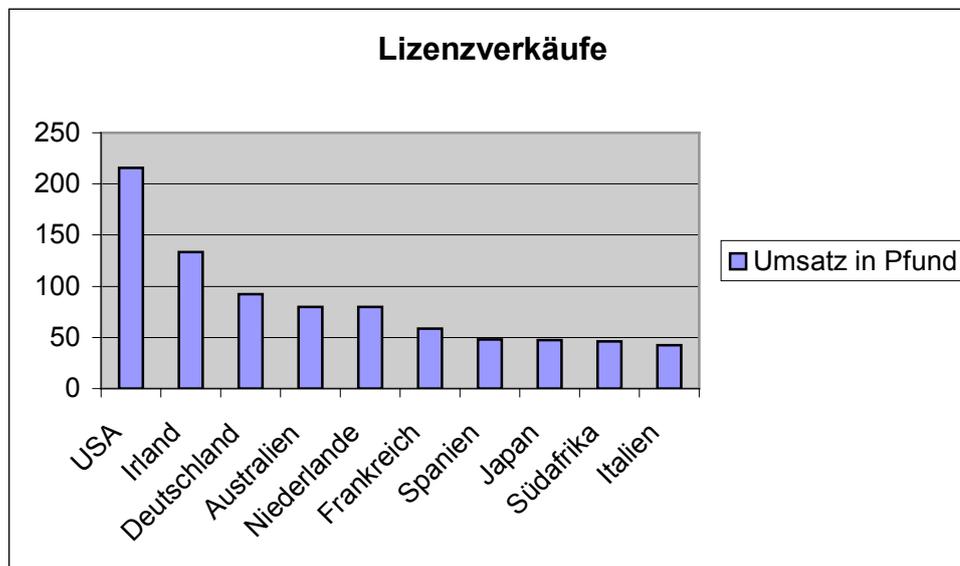
¹⁵⁷ o.V.: Großbritannien: Briten feiern ihren „Welttag des Buches“. In: Buchreport. Nr. 8. 41. Jahrgang. 25.02.2010. S. 23

¹⁵⁸ Clark/Phillips: Inside Book Publishing. S. 170

2.6. *Buchexporte und Lizenzen*

Ein Buch kann in einem Land gute Verkaufszahlen erzielen und im Nächsten untergehen. Die Formate und Cover werden je nach Buchmarkt angepasst.

Die folgende Statistik zeigt die zehn Länder, an die die meisten Lizenzen aus Großbritannien gingen.¹⁵⁹



An erster Stelle steht, wenig überraschend, der größte englischsprachige Markt für Bücher, die USA. Danach folgt Irland, als nicht englischsprachiges Land erwirbt Deutschland die meisten Lizenzen aus Großbritannien.

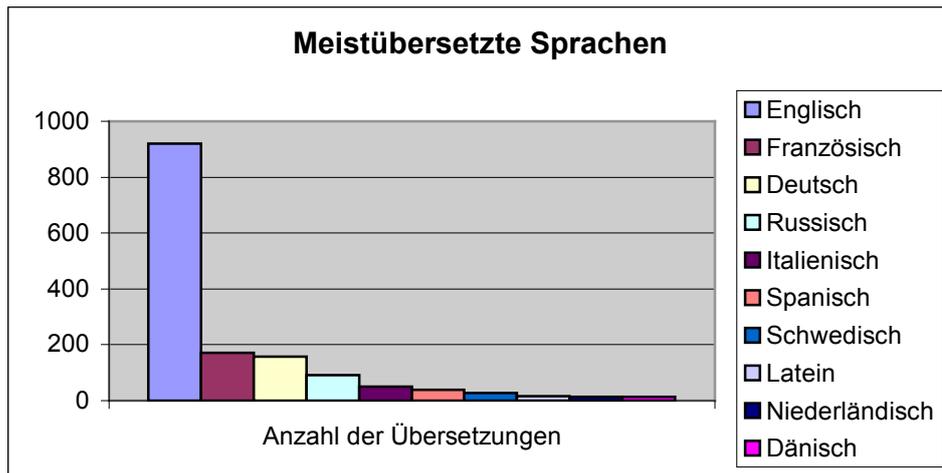
Der Report der „Publishers Association“ 2006 fasst die wichtigsten Eckdaten der Lizenzverkäufe der großen Verlage zusammen. 2004 betrug der Gesamtumsatz 128,5 Millionen Pfund, 56% davon sind Co-Editionen und 44% der Verkauf anderer Rechte. Die Übersetzungsrechte nehmen 64% der Verkäufe der Co-Editionen ein. Die restlichen 36% sind englischsprachige Co-Editionen. Von den fremdsprachlichen Co-Editionen gingen 52% nach Westeuropa, 13% in die nordischen Länder, 12% nach Zentral und Osteuropa und 9% nach Asien. Von den englischen Co-Editionen gingen 56% in die USA und Kanada und 44% nach England (Buchklubs).¹⁶⁰

Die folgende Graphik zeigt die zehn meistübersetzten Sprachen. Englisch ist mit 920.595 Übersetzungen im Jahr 2007 die am häufigsten übersetzte Sprache.¹⁶¹

¹⁵⁹ Clark/Phillips: Inside Book Publishing. S. 209

¹⁶⁰ Clark/Phillips: Inside Book Publishing. S. 219

¹⁶¹ www.databases.unesco.org/xtrans/etra-form.shtml. 20.04.2007



2.7. *Interessensvertretung*

2.7.1. **The Booksellers Association**

Die „Booksellers Association of the United Kingdom and Ireland Limited“ (BA) vertritt über 95% der Buchhandlungen in Irland und dem Vereinigten Königreich. Als Aufgabenbereich wird unter anderem die geschäftliche Vertretung, wie beispielsweise die Vermittlung von Versicherungen, verstanden. Außerdem wird der „Christmas Books“-Katalog herausgegeben und Werbeaktionen unterstützt. Konferenzen, Buchmessen und Buchpreise werden finanziert und organisiert.¹⁶² Nicht zuletzt aber stellt die BA die Interessensvertretung vor Regierung und EU.¹⁶³ Die BA ist Mitglied des „National Book Committee“, das sich dem Wohlergehen von Büchern und dem geschriebenen Wort verschrieben hat.¹⁶⁴

2.7.2. **The Publishers Association**

Die „Publishers Association“ (PA) ist die Interessensvereinigung der Verleger im Vereinigten Königreich. Sie repräsentieren und befassen sich mit Fragen des Copyrights, des geistigen Eigentums, der digitalen Entwicklung und anderen für die Mitglieder wichtigen Themen. Mitglieder sind rund 80% der Verlage (am Umsatz gemessen).¹⁶⁵

¹⁶² <http://www.booksellers.org.uk/organisation/mems.asp>; 26.02.2010

¹⁶³ <http://www.booksellers.org.uk/organisation/about.asp>; 26.02.2010

¹⁶⁴ <http://www.booksellers.org.uk/organisation/about.asp>; 26.02.2010

¹⁶⁵ http://www.publishers.org.uk/en/home/about_the_pa/; 14.04.2010

2.8. *Buchmarketing*

Die Instrumente des Marketings umfassten zu Beginn des zwanzigsten Jahrhunderts lediglich Inserate in Zeitungen.¹⁶⁶ Heute fällt viel mehr darunter.

Die Verbreitung des Internets hat zur wichtigen Rolle des E-Marketings geführt, das kosteneffektiv ist und viele potentielle Käufer erreicht. Außerdem erfahren Verlage auf diese Art mehr über ihre Kunden.

Der erste Schritt, um ein Produkt zu vermarkten ist jener, den Markt zu verstehen. Zu diesem Zweck führt man Umfragen durch. Hat man einen klaren Überblick über den Markt, werden Strategien entwickelt, die den Leser ansprechen. Dies hat Einfluss auf Covergestaltung, Werbung und wo Medien eingesetzt werden. Auch unterschiedliche Vertriebswege werden, je nach Bedarf, gewählt.¹⁶⁷ Alle marketingtechnischen Vorgänge werden in vier Hauptgruppen zusammengefasst: Produkt, Preis, Ort und Werbung.¹⁶⁸ Für Bestseller erstellen Unternehmen ganze Marketingpläne.

Der der Verlagsname nur wenig Einfluss auf die Verkäufe an Buchhandelskunden. Leser wählen ihre Bücher nicht nach Verlagen aus. Wichtig sind die Markennamen hingegen, wenn es um Geschäftsverbindungen, die Arbeit mit Agenten, Autoren, dem Buchhandel und den Medien, geht.¹⁶⁹ Bei Kinderbüchern wird beispielsweise von Lehrern darauf geachtet, aus welchem Verlag ein Titel stammt. Geschenke werden nach bekannten Autoren gewählt.

Das Cover soll einen Eindruck zum Inhalt des Buchs vermitteln, es trägt zur Positionierung eines Titels bei. Das Cover ist, wie bereits angedeutet, ein wichtiger Indikator für den Bucherwerb. Manchmal werden für ein Buch mehrere Cover erstellt. Bei „Harry Potter“ gibt es ein Kinder- und ein Erwachsenencover, da es für beide Altersgruppen produziert wurde.¹⁷⁰ Noch mehr Cover wurden bei Mark Haddon's *The Curious Incident of the Dog in the Nighttime* produziert. In diesem Fall gab es seine Kinder- und Erwachsenenausgabe und eine gebundene und Taschenbuchausgabe – jeweils in unterschiedlichen Designs.

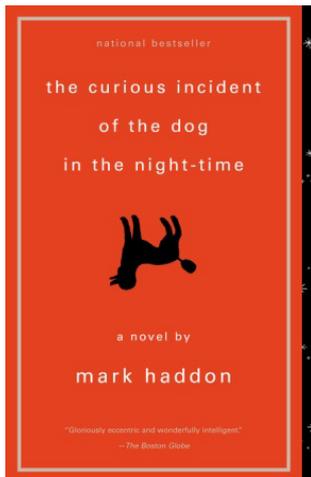
¹⁶⁶ Clark/Phillips: Inside Book Publishing. S. 168

¹⁶⁷ Clark/Phillips: Inside Book Publishing. S. 172

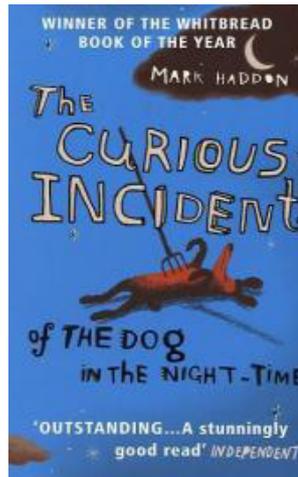
¹⁶⁸ Clark/Phillips: Inside Book Publishing. S. 173

¹⁶⁹ Clark/Phillips: Inside Book Publishing. S. 173

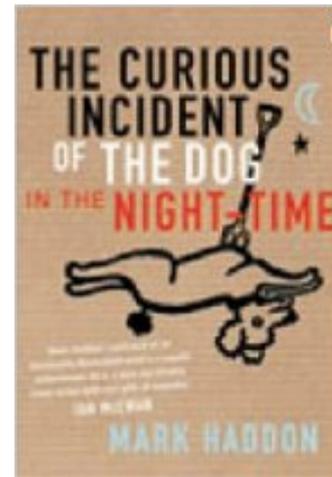
¹⁷⁰ Clark/Phillips: Inside Book Publishing. S. 177



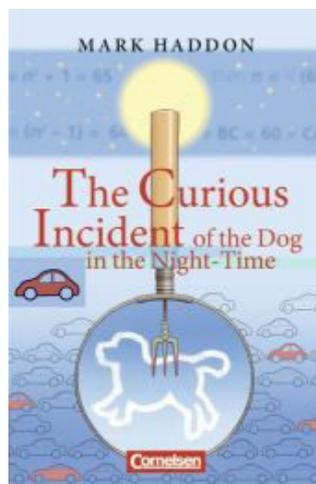
Erwachsene HC und TB¹⁷¹



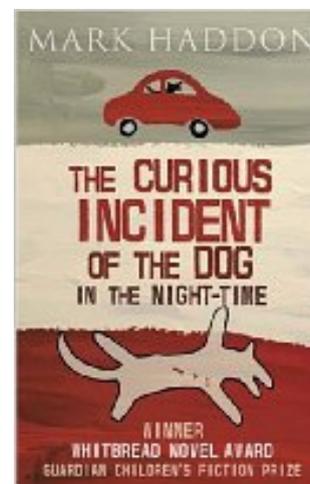
Erwachsene TB¹⁷²



Erwachsene HC¹⁷³



TB Kinder¹⁷⁴



HC Kinder¹⁷⁵

In den letzten Jahren verstärkte sich das E-Marketing, zahlreiche Verlage betreiben ihre eigene Website. So kann man online Bücher bestellen und in manche Titel hineinlesen (vgl. Kap. 6.7).

Verlage stellten fest, wie wichtig die Mund-zu-Mund-Propaganda ist. Empfehlungen von Freunden, Familie oder Buchhändlern lassen Bestseller aus dem Nichts

¹⁷¹ <http://www.randomhouse.com/catalog/display.pperl?isbn=9781400079070>; 13.03.2010

¹⁷² <http://www.buchkatalog.de/kod-bin/isuche.cgi?Aktion=Suchen&SB=0099450259>; 13.03.2010

¹⁷³ http://www.amazon.de/Curious-Incident-Dog-Night-Time-Adult/dp/0224063782/ref=sr_1_14?ie=UTF8&s=books-intl-de&qid=1268471552&sr=8-14; 13.03.2010

¹⁷⁴ <http://www.buchkatalog.de/kod-bin/isuche.cgi?Aktion=Suchen&SB=306031117X>; 13.03.2010

¹⁷⁵ <http://www.buchkatalog.de/kod-bin/isuche.cgi>; 13.02.2010

entstehen.¹⁷⁶ Natürlich kann man für eine bestmögliche Warenpräsentation sorgen, doch sie ist kein Garant für Erfolg.

Im Fall von Kinderliteratur wird viel Marketing betrieben. Es gibt spezielle Kataloge, Konferenzen und Diskussionsabende in Schulen und Bibliotheken und generell viele Veranstaltungen.¹⁷⁷

Ein Beispiel für sichtbare Werbung ist jene an Bussen oder in der U-Bahn in London. In den meisten Fällen jedoch spielt der Titel das Werbebudget nicht wieder ein.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass die Aufgabe des Marketings darin besteht, die Bedürfnisse des Marktes zu befriedigen und Werbung gezielt einzusetzen.

¹⁷⁶ Clark/Phillips: Inside Book Publishing. S. 181

¹⁷⁷ Clark/Phillips: Inside Book Publishing. S. 183

3. DER BUCHMARKT IN DEUTSCHLAND

3.1. *Rahmenbedingungen des Buchmarkts in Deutschland*

Der Buchmarkt der Nachkriegszeit war eine Zeit des Neubeginns. Zahlreiche Verlage wurden wieder aufgebaut und neue gegründet. 1950 kamen die ersten Taschenbücher auf den Markt. Zunächst musste Ernst Rowohlt gegen die Vorurteile skeptischer Bildungsbürger an, die nur das gebundene Buch als solches ansahen. Der Erfolg gab ihm jedoch Recht und rief rasch Nachahmer auf den Plan.¹⁷⁸ In den Jahren 1960 bis 1970 stieg die Zahl der Taschenbücher von rund 1000 auf 3 500, 1980 hat sich die Zahl mit 7 800 Titeln mehr als verdoppelt.¹⁷⁹ Damit war bereits jeder dritte im Buchhandel verkaufte Titel ein Taschenbuch. In den 1990er Jahren erwirtschaften 8% der Verlage mehr als drei Viertel des Umsatzes. Eine 1990 veröffentlichte Studie nannte Bertelsmann mit einem Jahresumsatz von etwa 1,7 Milliarden Dollar, als den größten deutschen Verlag.¹⁸⁰ Vor allem Wissenschaftsverlage strebten vermehrt internationale Kooperationen und Expansionen an. Der Export von wissenschaftlichen Werken in deutscher Sprache ging stetig zurück, Verlage verlegten sich darauf, Fachliteratur in Englisch zu veröffentlichen, diese gingen zu 90% in den Export.¹⁸¹

Die Leser der 60er Jahre hatten einen großen Nachholbedarf, da Lektüre in den Kriegsjahren schwer zu erhalten war. Studien ergaben, dass in den 50er und 60er Jahren etwa ein Drittel der Erwachsenen kein Buch in ihrem Besitz haben. Großen Erfolg feierten die Hefromane, wie die Serie „Jerry Cotton“, deren jährliche Gesamtproduktion auf 50 bis 60 Millionen Stück geschätzt wird.¹⁸² Die Lektüre von Hefromanen war in allen sozialen Schichten verbreitet. Durch das „Wirtschaftswunder“ wurde das Zeitbudget der Deutschen größer, dadurch stieg auch die Mediennutzung (vgl. Kap. 3.5).

¹⁷⁸ Wittmann, Reinhard: Geschichte des deutschen Buchhandels. Ein Überblick. München: 1991. S. 377

¹⁷⁹ Wittmann: Geschichte des deutschen Buchhandels. S. 378

¹⁸⁰ Wittmann: Geschichte des deutschen Buchhandels. S. 379

¹⁸¹ Wittmann: Geschichte des deutschen Buchhandels. S. 380

¹⁸² Wittmann: Geschichte des deutschen Buchhandels. S. 393

3.2. *Buchpreisbindung in Deutschland*

3.2.1. Historischer Überblick

Bereits 1816 wurde die Schrift „Der deutsche Buchhandel als Bedingung des Daseins einer deutschen Literatur“ von Friedrich Christoph Perthes publiziert. Darin forderte er die „gleichmäßige Haltung“ eines festen Preises durch die Verkäufer.¹⁸³ Die Bücher wurden auf den Buchmessen in Leipzig und Frankfurt bogenweise „verstoichen“, sprich getauscht.¹⁸⁴ Es wurde immer wichtiger, die Zusammenarbeit zwischen Verlegern und Buchhändlern zu koordinieren. Daher wurden lokale Vereinigungen ins Leben gerufen.¹⁸⁵ 1825 wurde der Börsenverein des Deutschen Buchhandels gegründet.¹⁸⁶ Ein festgelegter Ladenpreis sollte dem stetig wachsenden Rabatten und dem Preiskampf entgegenwirken und wurde 1878 beschlossen. 1887 nahm der Börsenverein die Buchpreisbindung in seine Satzung auf, die dadurch für alle Mitglieder verbindlich wurde. In diesem Jahr war Adolf Kröner dessen Vorsteher, die Veränderung wurde daher „Kröner’sche Reform“ genannt.¹⁸⁷ Der Zweck ist die

Feststellung allgemein gültiger geschäftlicher Bestimmungen im Verkehr der Buchhändler untereinander sowie der Buchhändler mit dem Publikum in Bezug (sic) auf die Einhaltung der Bücherladenpreise, beziehungsweise den von letzteren zu gewährenden Rabatt.¹⁸⁸

Die Nichtbeachtung des vorgegebenen Preises konnte zu Strafen und Lieferboykotts führen.

Vier Jahre später wurde die erste „Buchhändlerische Verkehrsordnung“ herausgegeben.¹⁸⁹ Diese legte Verhaltensgrundsätze, die über die gesetzlichen Bestimmungen hinausgehen, fest. Die Verkehrsordnung regelte unter anderem Bestimmungen zu Rabatten, Remissionen, Änderungen von Buchpreisen und die Subskriptionspreise.¹⁹⁰ Im Jahr 1909 wurde, die Verkaufsordnung für den Verkehr des deutschen Buchhandels mit dem Publikum (VAO) beschlossen. Diese galt auch für Nichtmitglieder und blieb bis 1945 nahezu unverändert bestehen.

¹⁸³ Borufka, Herbert: Die Entwicklung des festen Ladenpreises im österreichischen Buchhandel. In: Anzeiger des österreichischen Buchhandels. Nr. 10. Mai 1985. S. 163

¹⁸⁴ Goldschmitt: Grenzüberschreitende Buchpreisbindung und internationaler Buchmarkt. S. 26

¹⁸⁵ Borufka: Die Entwicklung des festen Ladenpreises im österreichischen Buchhandel. S. 163

¹⁸⁶ Tonniger, Bernhard: Buchpreisbindung in Österreich. Praxiskommentar zum BPrBG. Wien: 2010. S. 8

¹⁸⁷ Henning, Hans G.: Marktstruktur und Marktverhalten im deutschen Buchmarkt. Eine industrieökonomische Analyse der Buchpreisbindung. Baden-Baden: 1998. S. 11

¹⁸⁸ Borufka: Die Entwicklung des festen Ladenpreises im österreichischen Buchhandel. S. 164

¹⁸⁹ Hanreich/Kuschej/Grohall/Reis: Buchpreisregelungen in Europa als Mittel der Kulturpolitik. S. 35

¹⁹⁰ Lucius, Wulf: Verlagswirtschaft. Konstanz. 2007. S. 44

Der Börsenverein kontrollierte die Einhaltung der vereinbarten Verpflichtungen. Die Buchpreisbindung wurde ab 1928 zusätzlich durch Verpflichtungsscheine abgesichert, welche als Vorläufer des Reverssystems galten. Nach dem Zweiten Weltkrieg wurde dieses System weitergeführt und von den Besatzungsmächten gestattet.

1958 wurde durch das Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen (GWB) die Bestimmung erlassen, dass ab nun der Verleger selbst den Preis festsetzen kann.¹⁹¹

Nach dem GWB waren Preisabsprachen nicht gestattet. Seit 1966 war das System des Sammelrevers die Grundlage für die Buchpreisbindung.¹⁹² Im Jahr 1990 wurde, nach der Wiedervereinigung, das Preisbindungssystem auf ganz Deutschland ausgeweitet.

Dass Österreich 1993 dem EWR und 1995 der EU beitrug, hatte einen großen Einfluss auf das deutsche Sammelrevers, das Dreiländer-Sammelrevers wird eingeführt (vgl. Kap. 4.2.1). Dieses galt für den gesamten deutschsprachigen Markt.¹⁹³ Auf Grund von unionsrechtlichen Bedenken wurde es jedoch von der EU-Kommission aufgehoben.¹⁹⁴

In Deutschland wurde zunächst ein nationales Buchpreisbindungssystem durch ein deutsches Sammelrevers aufgestellt. Dieses wurde am 31. März 2000 bei der EU-Kommission zur Freistellung gemeldet und für unbedenklich erklärt. Das deutsche Buchpreisbindungsgesetz trat am 01. Oktober 2002, zwei Jahre nach dem österreichischen, in Kraft. Es wurde 2006 nochmals geringfügig novelliert.¹⁹⁵

3.2.2. Regelungen des Gesetzes

Zweck des Gesetzes ist der Schutz des Buches als Kulturgut durch die Festsetzung eines verbindlichen Ladenpreises beim Verkauf an Letztabnehmer. Insbesondere wird auf die Erhaltung der Titelvielfalt hingewiesen.¹⁹⁶ Es soll gewährleistet werden, dass diese einer großen Öffentlichkeit zur Verfügung steht.¹⁹⁷

Im Sinne des deutschen Buchpreisbindungsgesetzes sind Bücher auch Musiknoten, kartographische Produkte, kombinierte Objekte und Produkte, die als verlags- oder buchhandelstypisch anzusehen sind.¹⁹⁸ Fremdsprachige Titel sind nur dann

¹⁹¹ Hanreich/Kuschej/Grohall/Reis: Buchpreisregelungen in Europa als Mittel der Kulturpolitik. S. 35

¹⁹² Henning: Marktstruktur und Marktverhalten im deutschen Buchmarkt. S. 13

¹⁹³ Hanreich/Kuschej/Grohall/Reis: Buchpreisregelungen in Europa als Mittel der Kulturpolitik. S. 32

¹⁹⁴ Lucius: Verlagswirtschaft. S. 34

¹⁹⁵ Tonninger: Buchpreisbindung in Österreich. S. 13

¹⁹⁶ Gesetz über die Preisbindung für Bücher (dBPPrBG) § 1

¹⁹⁷ dBPPrBG. § 1

¹⁹⁸ dBPPrBG. § 2 Abs. 1 (1-4)

preisgebunden, wenn sie vorwiegend am deutschen Markt vertrieben werden sollen.¹⁹⁹

Die Preisbindung gilt nicht für gebrauchte Bücher.²⁰⁰ Ferner gilt die Preisbindung nicht für grenzüberschreitende Verkäufe innerhalb des EWR, außer, die Titel werden nur zum Zweck der Wiedereinfuhr exportiert, um das Gesetz zu umgehen.²⁰¹

Der Preis wird entweder vom Verleger selbst oder dem Importeur festgesetzt. In Deutschland gibt es einen festen Endpreis.²⁰²

Es gibt einige Ausnahmen, für die die Preisbindung nicht gilt.²⁰³ Diese betreffen vor allem Autoren, die Titel für den Eigenbedarf erwerben sowie Lehrer, die Titel zur Verwendung im Unterricht überprüfen oder Mängel Exemplare.²⁰⁴ Wissenschaftlichen Bibliotheken sowie Schulen darf ein Rabatt gewährt werden.²⁰⁵

Die Preisbindung kann von Verleger oder Importeur aufgehoben werden, wenn ein Titel vor mehr als 18 Monaten erschienen ist.²⁰⁶ Bei Titeln, die beispielsweise für einen bestimmten Anlass produziert wurden, ist die Aufhebung bereits früher möglich.²⁰⁷

3.3. Aktuelle Marktentwicklung

Der folgende Teil der Arbeit bezieht sich vor allem auf die vom Börsenverein des Deutschen Buchhandels herausgegebene Studie "Buch und Buchhandel in Zahlen 2009".²⁰⁸

Kennzeichnend für den Buchmarkt in Deutschland ist seine Kleinteiligkeit, obgleich in den letzten Jahren Konzentrationstendenzen zu beobachten sind (vgl. Kap. 3.3.1). Gesamtwirtschaftlich gesehen aber ist der Buchmarkt in Deutschland ein kleiner Bereich.²⁰⁹

Im Jahr 2007 wirtschaftet der Buchmarkt auf einem hohen Umsatzniveau. 2008 lag der Umsatz der Branche bei 9,6 Milliarden, was ein Plus von 0,4% gegenüber dem Vorjahr

¹⁹⁹ dBPrBG. § 2 Abs. 2

²⁰⁰ dBPrBG. § 3

²⁰¹ dBPrBG. § 4 (1-2)

²⁰² dBPrBG. § 5 (1)

²⁰³ dBPrBG. § 7

²⁰⁴ dBPrBG. § 7 Abs. 1

²⁰⁵ dBPrBG. § 7 Abs. 2-3

²⁰⁶ dBPrBG. § 8 Abs. 1

²⁰⁷ dBPrBG. § 8 Abs. 2

²⁰⁸ Börsenverein des Deutschen Buchhandels (Hrsg.): Buch und Buchhandel in Zahlen 2009. Frankfurt am Main, 2009

²⁰⁹ Lucius: Verlagswirtschaft. S. 45

bedeutet. Das ist insofern bemerkenswert, als 2007 ein Wachstum von 3,4 % stattgefunden hat.²¹⁰

3.3.1. Marktkonzentration

Unter Konzentration versteht man die Verlagerung der Umsätze auf größere Betriebseinheiten.²¹¹ Diese ist im Einzelhandel allgemein und somit auch in der Buchbranche zu beobachten. Der Umsatzanteil von kleinen und mittelgroßen Buchhandlungen sinkt durch die Konkurrenz von Online-Buchhandel und Katalogversand (Weltbild).²¹² Im Jahr 2008 gab es zahlreiche Geschäftsübernahmen und Neueröffnungen von großen Buchhandlungen. Jedoch scheinen auch Filialisten wie Thalia (248 Filialen in Deutschland, Stand: 1. Mai 2009) und die Deutsche Buch Handels GmbH & Co KG (DBH) an ihre Grenzen zu stoßen. Die DBH wurde 2006 gegründet und betreibt die Geschäfte von Weltbild, Hugendubel, Wohltt, Weiland und Buch Habel.²¹³

Bereits 2007 wurden mehrere Übernahmen vom Bundeskartellamt nicht gestattet. Die Filialisten beginnen, Standorte auf ihre Profitabilität zu überprüfen und Personal zu reduzieren.²¹⁴ Sowohl Thalia als auch DBH haben seit dem zweiten Halbjahr 2008 begonnen, Filialen zu schließen.²¹⁵

Die beiden Ketten DBH und Thalia erwirtschafteten laut dem Online-Branchenmagazin Langendorfs Dienst 26,9% des Gesamtumsatzes im Jahr 2008.²¹⁶ Die zehn größten Buchhändler erwirtschafteten gemeinsam 38,6% des Gesamtumsatzes.²¹⁷

Auch bei den Verlagen ist eine Konzentrationsbewegung festzustellen. Zwar ist die Zahl der Verlage in Deutschland gesunken, der Umsatzanteil von mittelständischen und großen Verlagshäusern jedoch gestiegen.²¹⁸

²¹⁰ Börsenverein: Buch und Buchhandel in Zahlen 2009. S. 5

²¹¹ Rürup, Bert: Die Ware Buch. Befunde und Perspektiven im Lichte der Zukunft der Preisbindung. In: Knappe, Joachim/Riethmüller, Hermann-Arndt (Hrsg.): Perspektiven der Buch- und Kommunikationskultur. Tübingen: 2000. S. 108

²¹² Lucius: Verlagswirtschaft. S. 52

²¹³ o.V.: o.T. Buchreport Magazin. 39. Jahrgang. 11/2008. S.48

²¹⁴ Börsenverein: Buch und Buchhandel in Zahlen 2009. S. 17

²¹⁵ Börsenverein: Buch und Buchhandel in Zahlen 2009. S. 41

²¹⁶ Börsenverein: Buch und Buchhandel in Zahlen 2009. S. 40

²¹⁷ Börsenverein: Buch und Buchhandel in Zahlen 2009. S. 17

²¹⁸ Lucius: Verlagswirtschaft. S. 62f

3.3.2. Preisentwicklung

Die Buchpreise sind in den Jahren 2005 und 2006 leicht gesunken, 2007 stiegen sie um 0,6% an. Das ist auf den allgemeinen Preisanstieg, der durch den fiktiven Warenkorb ermittelt wird, zurückzuführen. 2008 stieg er um 0,2% an, was hinter dem Anstieg der Verbraucherpreise liegt.²¹⁹ Der durchschnittliche Preis, der für ein Buch im Jahr 2008 zu bezahlen war, lag bei 10,01 Euro, 2007 waren es 9,98 Euro. Noch deutlicher zeigt der Vergleich der Jahre 2006 (14,84 Euro) und 1997 (14,57 Euro), dass die Buchpreise nahezu unverändert geblieben sind. Dieser Durchschnittspreis liegt nicht zuletzt an der angestiegenen Taschenbuchproduktion.²²⁰ In den Jahren 2009 ist der Buchpreis um 1,9%, 2010 um 1,7% angestiegen, jedoch sind die Preisschwankungen als gering anzusehen.²²¹

Verlage ziehen Preiserhöhungen ihrer Titel in Betracht, um dem Kostendruck entgegen zu wirken. Die Studie des Börsenvereins „Buchkäufer und Leser“ aus 2008 kommt zu dem Ergebnis, dass etwa 50% der Befragten die Preise für ein gebundenes Buch oder Hörbuch als überzogen empfinden, jedoch 60% den Preis für Taschenbücher als „fair“ bezeichnen.²²²

In der Studie „Kinder- und Jugendbücher“ wurde nach dem Preis des zuletzt gekauften Kinder- und Jugendbuchs gefragt. Die meisten Personen bezahlten zwischen 5 und 15 Euro, der Durchschnittspreis von Kinderbüchern lag 2006 bei 7,32 Euro.²²³ Durch „Harry Potter“ hat sich die Preisbereitschaft erhöht. Einerseits geht der Trend zu Titeln mit hochwertigerer Ausstattung. Andererseits werden immer öfter „Billig-Reihen“ wie jene der „SZ-Bibliothek“ publiziert. GEOlino verlegte 2005 eine Bibliothek für Kinder- und Jugendliteratur.²²⁴ Ab Herbst 2005 gab die „SZ-Junge Bibliothek“ fünfzig gemeinfreie Titel, vor allem Klassiker, heraus.²²⁵ Diese Reihen werden zu sehr günstigen Preisen verkauft, wie etwa 4,90 Euro pro Band der SZ-Bibliothek. Dadurch

²¹⁹ Börsenverein: Buch und Buchhandel in Zahlen 2009. S. 54

²²⁰ Lucius: Verlagswirtschaft. S. 52

²²¹ o.V.: Verbraucherpreisindex. In: Buchreport express. Nr. 29. 22. Juli 2010. S. 12

²²² Börsenverein des Deutschen Buchhandels (Hrsg.): Buchkäufer und Leser – Profile, Motive, Wünsche. Frankfurt am Main: 2008. S. 55

(http://www.boersenverein.de/sixcms/media.php/976/Buchkaeuffer_und_Leser_2008_kurz.pdf;

01.08.2010); Börsenverein des Deutschen Buchhandels (Hrsg.): Kinder- und Jugendbücher.

Marktpotential Käuferstrukturen und Präferenzen unterschiedlicher Lebenswelten. Frankfurt am Main: 2007. S. 104

²²³ Börsenverein: Kinder- und Jugendbücher. S. 40

²²⁴ Renner, Bärbel G.: Kommunikationspolitik im Kinderbuchmarkt. Eine empirische Untersuchung zu den kommunikationspolitischen Maßnahmen von Kinderbuchverlagen im Kontext des Marketing-Mix. München: 2006. S: 61

²²⁵ Renner: Kommunikationspolitik im Kinderbuchmarkt. S. 62

wird das Preisverständnis der Konsumenten beeinflusst, die sich die Frage stellen, warum manche Titel sehr preiswert, andere hingegen verhältnismäßig teuer verkauft werden.

3.3.3. Verlage

Im Jahr 2007 gab es laut Umsatzsteuerstatistik 2 836 Verlage in Deutschland.²²⁶

Die Titelproduktion ging etwas zurück, 2007 erschienen etwa 96 500 Erst- und Neuauflagen, 2008 waren es 94 300 Titel, ein Rückgang von 2,2 Prozent. Die Zahl der Neuerscheinungen sank mit 83 400 Stück noch mehr, es sind 3,1% weniger als im Vorjahr.²²⁷ 2009 ist die Anzahl der Titel auf 93 124 Neuerscheinungen gesunken.²²⁸

Im Jahr 2008 produzierten die Verlage in Deutschland zum ersten Mal mehr als eine Milliarde Bücher, das sind 47 Millionen Exemplare mehr als 2007²²⁹. Die Kalkulation der Verlage hat hierzu beigetragen, denn je höher die Auflage, desto niedriger die Kosten des einzelnen Exemplars. Rechnet man die Buchproduktion auf die Einwohnerzahl Deutschlands um, so liegt diese vor den USA, China, Russland oder Frankreich. Lediglich in Großbritannien werden mehr Bücher hergestellt.²³⁰

Die Buchproduktion des Jahres 2008 teilt sich folgendermaßen auf:²³¹

Warengruppe	Anteil in %
Belletristik, Sachbuch	31,8
Adressbücher, Broschüren	24,8
Schulbücher	14,4
Naturwissenschaften	8,3
Geistes- und Sozialwissenschaften	7,9
Loseblattwerke	7,4
Kinderbücher	4,0
Bilderbücher, Malbücher	1,3

²²⁶ Börsenverein. Buch und Buchhandel in Zahlen 2009. S. 31

²²⁷ Börsenverein: Buch und Buchhandel in Zahlen 2009. S. 6, S. 65

²²⁸ http://www.buchreport.de/nachrichten/analyse/analyse_nachricht/datum/2010/06/24/969-mrd-branchenumsatz.htm; 06.09.2010

²²⁹ Börsenverein: Buch und Buchhandel in Zahlen 2009. S. 63

²³⁰ Lucius: Verlagswirtschaft. S. 50

²³¹ Börsenverein: Buch und Buchhandel in Zahlen 2009. S. 63

Am häufigsten werden Belletristiktitel und Sachbücher verlegt. Das entspricht den Warengruppen, die auch die höchsten Verkaufsergebnisse erzielen (vgl. Kap. 3.3.4.2).

Jährlich veröffentlicht der Börsenverein das Ranking der 100 größten Verlage im deutschsprachigen Raum. Es werden etwa 130 Verlage, die vorrangig Bücher, Hörbücher und Fachliteratur veröffentlichen, in Deutschland, Österreich und der Schweiz, befragt. Die Daten beruhen auf der Selbstauskunft der Verlage sowie Recherchen und Schätzungen der Redaktion.²³² Aus der Aufstellung ist abzulesen, dass nur 15 Firmen einen dreistelligen Millionenumsatz erreichen. Das Gesamtvolumen der Umsätze der größten 100 Unternehmen beläuft sich auf etwa 6 Milliarden Euro, was den Großteil des Branchenumsatzes darstellt. Allerdings erwirtschaften die Verlage sehr unterschiedliche Umsätze. Der durchschnittliche Umsatz der hundert Größten liegt bei 60 Millionen Euro, allerdings mit einer Spannweite von 7 bis 520 Millionen Euro.²³³

Aus diesen Angaben lässt sich ablesen, dass es in Deutschland wenige große Unternehmen gibt, deren Umsätze jedoch sehr unterschiedlich hoch sind. Großunternehmen dominieren den Markt, kleinere betreiben Nischenpolitik.

Die größten deutschen Verlagskonzerne sind Medien Union (mit der Westermann Verlagsgruppe, Hüthig Jehle Rehm und Walhalla), Bertelsmann (mit Random House und Wissenmedia), sowie die Verlagsgruppe G. v. Holtzbrinck (mit Rowohlt, Droemer Knaur, Fischer und Kiepenheuer & Witsch) und Bonnier (mit Carlsen, Piper, Ullstein, der arsEdition und Thienemann).²³⁴

Für viele Verlage übernehmen Auslieferungen den Vertrieb. Große Auslieferungen vertreten zwischen 60 und 200 Verlage, die zwölf größten Auslieferungen Deutschlands vertreten über 1 150 Verlage.²³⁵ Dadurch wird gewährleistet, dass bestellte Bücher rascher in die Buchhandlungen geliefert werden als wenn der Verlag diese direkt beliefert. Barsortimente bestellen Titel bei Verlagen in hoher Stückzahl und beliefern damit die Sortimentsbuchhandlungen. Die Bücher sind in der Regel am Tag nach der Bestellung im Laden, allerdings ist der Buchhandelsrabatt bei Barsortimentsbestellungen niedriger.

Die beiden größten Barsortimente Deutschlands sind Koch Neff Volckmar (KNV) und Libri mit einem Marktanteil von etwa 80%.²³⁶

²³² o.V.: Die 100 größten Verlage. In: Buchreport Magazin. 41. Jahrgang. Nr. 4 April 2010. S. 48

²³³ o.V.: Die 100 größten Verlage. In: Buchreport Magazin. S. 38f

²³⁴ o.V.: Die 100 größten Verlage. In: Buchreport Magazin. S. 41

²³⁵ Lucius: Verlagswirtschaft. S. 194

²³⁶ Lucius: Verlagswirtschaft. S. 197

3.3.4. Ausgewählte Vertriebswege

Der Anteil der Vertriebswege am Umsatz ist folgendermaßen gestaffelt: Am beliebtesten ist nach wie vor der Sortimentsbuchhandel mit einem Umsatz von 52,6% im Jahr 2008. Im darauf folgenden Jahr waren es 52,3%. Der Direktverkauf der Verlage belegte den zweiten Platz mit 18,2%, gefolgt vom Versandbuchhandel (inklusive Internet) mit 14%.²³⁷

3.3.4.1. *Online-Buchhandel, Versandbuchhandel*

Der Versandbuchhandel macht, laut Schätzungen des Börsenvereins, etwa 76% aller Umsätze durch Internetbestellungen.²³⁸ Die größten Anbieter sind Amazon und Weltbild. Der Anteil am Gesamtumsatz ist von der ersten Befragung im Jahr 2005 und der Folgebefragung im Jahr 2008 von 5% auf 10% gestiegen.²³⁹ Auch 2009 ist der Umsatz auf 1,18 Milliarde Euro gestiegen, was einem Plus von 15,6% entspricht. Das Buch ist, nach der Bekleidungsbranche, der beliebtesten Artikel beim Interneteinkauf. Danach folgt der Erwerb von Veranstaltungskarten. Zahlreiche Sortimentsbuchhandlungen bieten einen Online-Shop an, dieser wird nur wenig genutzt. Etwa 1,1% des Umsatzes fällt auf diese Bestellungen.

Der Anteil des Online-Buchhandels stieg 2009 auf 12,2% des Umsatzes am Gesamtmarkt.²⁴⁰

3.3.4.2. *Buchhandel*

Der Buchhandel setzte im Jahr 2008 5,06 Milliarden Euro um.²⁴¹ Der Marktanteil der Buchhandlungen lag 2008 bei 52,6%. Das entspricht einem Umsatzrückgang von einem Prozent im deutschen Sortimentsbuchhandel. Auch der Handel in Österreich hatte Schwierigkeiten und verbuchte 2008 einen Rückgang von 2,4%, der schweizerische

²³⁷ Börsenverein: Buch und Buchhandel in Zahlen 2009. S. 5

²³⁸ Börsenverein: Buch und Buchhandel in Zahlen 2009. S. 7

²³⁹ Börsenverein: Buch und Buchhandel in Zahlen 2009. S. 43

²⁴⁰ http://www.buchreport.de/nachrichten/analyse/analyse_nachricht/datum/2010/06/24/969-mrd-branchenumsatz.htm; 06.09.2010

²⁴¹ Börsenverein: Buch und Buchhandel in Zahlen 2009. S. 6

Handel hingegen konnte ein Plus von 0,6% erwirtschaften.²⁴² 2009 war der Umsatz stabil bei einem Marktanteil von 52,3%, der Umsatz lag bei 5,07 Milliarden Euro.²⁴³

Der Umsatz der Sortimentsbuchhandlungen und Warenhäuser (Barumsatz) nach Warengruppen teilte sich wie folgt auf:

Die Belletristik erwirtschaftete den größten Anteil mit 32,3% im Jahr 2008, 2007 waren es 30,4%. Danach folgte die Warengruppe Ratgeber mit 15,1% 2008, 2007 waren es mit 15,8% geringfügig mehr. Die Sparte Kinder- und Jugendliteratur erwirtschaftete im Jahr 2008 14,6%, 2007 waren es 15,4%. Weit dahinter folgte die Warengruppe Reisen mit 6,5% 2008, 2007 waren es noch 7,7%.²⁴⁴

3.3.4.3. *Antiquariate*

Im Jahr 2007 konnte der Antiquariatsbuchhandel ein Plus von 9,3% für sich verbuchen.²⁴⁵ Dieses schrumpfte 2008 um 7,3%.²⁴⁶ Dies ist dadurch zu relativieren, dass sich bei Antiquariaten, auf Grund des Verkaufs von kostbaren Werken, häufig Schwankungen ergeben. Der Verkauf übers Internet ist hier bei weitem wichtiger als im Sortimentsbuchhandel, denn der Online-Anteil beträgt etwa die Hälfte des Umsatzes. 2008 wurden 53% der Umsätze und 2007 48% der Umsätze über das Internet gemacht.²⁴⁷ Ein Beispiel für einen Anbieter von antiquarischen Titeln über das Internet ist das Zentrale Verzeichnis antiquarischer Bücher (ZVAB). Es ist ein Zusammenschluss von über 4 100 Antiquariaten, die mehr als 30 Millionen Artikel anbieten.²⁴⁸

Der Verband Deutscher Antiquare hat etwa 260 Mitglieder, die alle zugleich Mitglieder der International League of Antiquarian Booksellers (ILAB) sind und damit den professionellen Standards nach dem ILAB Code of Ethics and Good Practice genügen.²⁴⁹ Sie beinhalten unter anderem die korrekte Beschreibung der Waren nach

²⁴² Börsenverein: Buch und Buchhandel in Zahlen 2009. S. 38

²⁴³ http://www.buchreport.de/nachrichten/analyse/analyse_nachricht/datum/2010/06/24/969-mrd-branchenumsatz.htm; 06.09.2010

²⁴⁴ Börsenverein: Buch und Buchhandel in Zahlen 2009. S. 9

²⁴⁵ Börsenverein des Deutschen Buchhandels (Hrsg.): Buch und Buchhandel in Zahlen. 2008. Frankfurt am Main: S. 49

²⁴⁶ Börsenverein: Buch und Buchhandel in Zahlen 2009. S. 51

²⁴⁷ Börsenverein: Buch und Buchhandel in Zahlen 2009. S. 52

²⁴⁸ <http://www.zvab.com/showCompanyInformation.do>; 01.08.2010

²⁴⁹ Dabei handelt es sich um ein Gütezeichen, dass nicht alle Antiquariatsbuchhändler besitzen. Demnach gibt es wesentlich mehr Antiquare und Privatpersonen in Deutschland, die Bücher im ZVAB, bei Antiquariat.de, Amazon und sonstigen Plattformen anbieten.

internationalen Gepflogenheiten und in international anerkannten Fachterminologien, die Echtheit der Waren sowie die zweifelsfreie Herkunft der Waren.²⁵⁰

Der restliche Umsatz wird durch den Versandhandel (24%), das Geschäft im Laden (18%) und auf Messen und Märkten (5%) erwirtschaftet.²⁵¹

Genaue Zahlen zum Gesamtumsatz der Antiquariate in Deutschland ließen sich nicht ermitteln.²⁵²

3.3.4.4. *Bahnhofsbuchhandel*

Die vier größten Anbieter in Deutschland sind HDS Retail, eine Tochter des französischen Lagardere-Konzerns, der Schweizer Konzern Valora sowie Dr. Eckert und Schmitt.²⁵³

Gab es nach 2007 noch 325 Buchhandlungen, existierten 2008 nur noch 315. Auch die Verkaufsflächen werden immer kleiner.²⁵⁴ Dafür jedoch ist der Umsatz der einzelnen Filialen gestiegen. Ein Grund für diese Entwicklung könnte sein, dass die nun vorhandenen Standorte durch die gewonnenen Erfahrungen optimal genutzt werden und unrentable Filialen geschlossen wurden. Glaubt man den Zahlen, welche die Deutsche Bahn veröffentlicht, so ist der Gesamtumsatz von 384 auf 389 Millionen Euro gestiegen. Die Schätzungen des Verbands Deutscher Bahnhofsbuchhändler ist etwas vorsichtiger und meldet einen Umsatz von 350 Millionen Euro im Jahr 2008.²⁵⁵ Für Konsumenten ist es praktisch, Bücher genau dort zu erwerben, wo sie direkt gebraucht werden – vor längeren Bahnfahrten.

3.3.4.5. *Buchgemeinschaften*

In den 1950er und 60er Jahren waren Buchgemeinschaften sehr wichtig. Sie galten als die „größten privatwirtschaftlichen Kulturvermittler der Welt“.²⁵⁶ Die Verlage verdienten durch Lizenzausgaben, das Sortiment sah seine Existenz gefährdet. In den

²⁵⁰ <http://www.ilab.org/eng/ilab/code.html>; 11.01.2010

²⁵¹ Börsenverein: Buch und Buchhandel in Zahlen 2009. S. 52

²⁵² Nachfrage bei Barbara Werner van Benthem, ILAB (Mail vom 11.01.2011)

²⁵³ Börsenverein: Buch und Buchhandel in Zahlen 2009. S. 52

²⁵⁴ Börsenverein: Buch und Buchhandel in Zahlen 2009. S. 52

²⁵⁵ Börsenverein: Buch und Buchhandel in Zahlen 2009. S. 53

²⁵⁶ Wittmann: Geschichte des deutschen Buchhandels. S. 374

1960er Jahren eröffneten Buchclubs die ersten „Bücherstuben“, in welchen Bücher auch direkt erworben werden konnten.²⁵⁷

Die Buchgemeinschaften trugen dazu bei, den Buchbestand der Haushalte nach dem Zweiten Weltkrieg wieder aufzubauen. Sie sorgten dafür, dass Leser einfach und bequem einen Grundstock an Büchern erwerben konnten. Häufig lag eine gewisse Schwellenangst vor dem als elitär geltenden Sortimentsbuchhandel vor, besonders bei uninformierten oder unorientierten Lesern. Diese wurde durch die direkten Lieferungen und Buchkataloge umgangen.

In den letzten Jahren verloren die Buchgemeinschaften Marktanteile. Im Jahr 2007 lag ihr Anteil bei 35% am Buchhandelsgesamtumsatz. Die größte Buchgemeinschaft ist der Club Bertelsmann mit etwa drei Millionen Mitgliedern in der stärksten Phase.²⁵⁸ Gründe für den Einbruch der Buchgemeinschaften sind in Zusammenhang mit dem Aufstieg des Online-Buchhandels, ebenso wie in der Tatsache, dass ein Titel pro Saison erworben werden muss, zu sehen. Durch das Moderne Antiquariat nimmt der Preisvorteil immer stärker ab (vgl. auch Kap. 6.2.3).

3.3.4.6. *Nebenmärkte*

In den letzten Jahren verstärkte sich das Geschäft mit den Nebenmärkten. Der Augsburger Medienkonzern Weltbild arbeitet mit verschiedenen Supermärkten zusammen. Nachdem die Rackjobbers TMI Ende 2008 in Konkurs gegangen ist, übernahmen KNV und die Buchpartner AG deren Platz und bestückten 2008 vor Weihnachten 200 Filialen von Kaisers/Tengelmann mit Bestsellern. Beim Rack-jobbing werden Regale vermietet, wobei nicht ein einzelner Buchhändler die Ware bestellt, sondern ein darauf spezialisierter Großhändler.²⁵⁹ Dieser trifft die Titelauswahl und hält sie aktuell. Diese Praxis ist in Großbritannien bereits verbreitet, in Deutschland hingegen relativ neu. Es führt dazu, dass die Auswahl der Titel einseitig auf den Massengeschmack abgestimmt ist.

²⁵⁷ Wittmann: Geschichte des deutschen Buchhandels. S. 376

²⁵⁸ Blaha, Barbara: Von Riesen und Zwergen. Zum Strukturwandel im verbreitenden Buchhandel in Deutschland und Österreich. Wien: 2009. S. 22

²⁵⁹ Blaha: Von Riesen und Zwergen. S. 21

3.3.4.7. *Direktverkauf*

Die Direktverkäufe der Verlage nehmen zu, mit 18,2% erwirtschaften sie 2008 ein Plus von 0,2% im Vergleich zum Vorjahr.²⁶⁰ 2009 wurden bereits 1,78 Milliarden durch den Direktverkauf von Büchern erwirtschaftet, was einem Anstieg von 1,3% zum Vorjahr entspricht.²⁶¹ Das wachsende Geschäft und die Bestellmöglichkeit direkt beim Verlag spielt eine wichtige Rolle. Es ist zu erwarten, dass die Direktverkäufe in den nächsten Jahren weiter steigen.

3.4. *Kinder- und Jugendbuchmarkt in Deutschland*

3.4.1. *Allgemein*

Deutschland ist, nach den USA, der zweitgrößte Markt für Kinder- und Jugendbücher.²⁶² Die Warengruppe Kinder- und Jugendliteratur hatte 2008 einen Anteil von 14,6% am Gesamtumsatz.²⁶³ 2007 waren es geringfügig mehr mit 15,44%.²⁶⁴ Das entspricht 46,6 Millionen Exemplare, 1,3 Millionen weniger als im Vorjahr.²⁶⁵ Dies erklärt sich durch die Veröffentlichung des letzten Bandes von "Harry Potter" 2007. Misst man die Umsätze des Jahres 2008 mit dem vorangegangenen Jahr, so zeigt sich, dass sich diese auf einem vergleichsweise hohen Niveau halten konnten.

2009 wurde ein Umsatzplus von 1,4% erwirtschaftet, im Juni 2010 gab es ein Minus von 1,6%.²⁶⁶ Das lässt jedoch noch keine Rückschlüsse auf die Entwicklung des Gesamtjahres zu, da besonders das letzte Quartal von Bedeutung ist.

Die zehn größten Kinder- und Jugendbuchverlage, Ravensburger, Bertelsmann, Oetinger, Copenrath, Loewe, ArsEdition, Carlsen, Franckh-Kosmos, Arena und Beltz, decken etwa zwei Drittel des Marktes ab.²⁶⁷

Die Umsatzverteilung innerhalb der Warengruppe des Kinder- und Jugendbuchs teilt sich wie folgt auf:²⁶⁸

²⁶⁰ Börsenverein: Buch und Buchhandel in Zahlen 2009. S. 8

²⁶¹ http://www.buchreport.de/nachrichten/analyse/analyse_nachricht/datum/2010/06/24/969-mrd-branchenumsatz.htm; 06.09.2010

²⁶² Renner: Kommunikationspolitik im Kinderbuchmarkt. S. 39

²⁶³ Börsenverein: Buch und Buchhandel in Zahlen 2009. S. 9

²⁶⁴ Börsenverein: Buch und Buchhandel in Zahlen 2008. S. 9

²⁶⁵ Börsenverein: Buch und Buchhandel in Zahlen 2009. S. 64

²⁶⁶ o.V.: Kinderbuch ist recht stabil, All Age bleibt unter Vorjahr. In: Buchreport Spezial. Kinder- & Jugendbuch. 2010. S. 10

²⁶⁷ o.V.: Kinderbuch ist recht stabil, All Age bleibt unter Vorjahr. In: Buchreport Spezial. S.10

²⁶⁸ Börsenverein: Buch und Buchhandel in Zahlen 2009. S. 12

Sparte	Umsatz 2008 in %
Jugendbücher ab 11	27,0
Jugendbücher ab 12	25,4
Bilderbücher	16,1
Sachbücher	13,1
Spielen, Lernen	6,7
Vorlesebücher, Sagen	6,1
Erstlesealter, Vorschule	5,4
Biographien	0,2

Die Kinder- und Jugendliteratur hat sich neu positioniert. Vor 1930 wurde sie als Gesamtheit betrachtet, danach bildete sich nach und nach die altersspezifische Abstufung aus.

Der Anteil Jugendbücher ab 11 Jahren am Buchumsatz hält sich auch nach "Harry Potter" auf einem hohen Niveau. Das die Literatur der ab 12-Jährigen einen Anteil von 25,4% erreicht, verdankt sie vermutlich der "Biss"- Reihe von Stephenie Meyer, die auch von Erwachsenen rezipiert wird und durch die Verfilmungen eine sehr große Bekanntheit erlangt hat. Der Trend zu "All-Age"-Titeln, Büchern, die von mehreren Altersstufen sowie Erwachsenen gelesen werden, verstärkt sich.²⁶⁹ Sie versprechen zudem einen Umsatzzuwachs.²⁷⁰ Nach der Literatur für 11- und 12-Jährige rangieren an dritter Stelle mit 16,1% die Bilderbücher, sie erzielen ein Plus von 14% im Vorjahresvergleich.²⁷¹ Danach kommt das Sachbuch mit 13,1%. Verlage haben ihre Programme in den letzten Jahren ausgebaut.

Der Anteil des Kinder- und Jugendbuchs am Hörbuchumsatz ist auf 33,3% gestiegen, Geschichten und Lesungen für Kinder sind nach wie vor beliebt. Der Anteil der Hörbücher am Gesamtumsatz beträgt 4,8%.²⁷²

²⁶⁹ o.V.: Wozu ein Autorencasting, Herr Spreckelsen? In: Buchreport Magazin. 41. Jahrgang. Nr. 4 April 2010. S. 12

²⁷⁰ http://www.buchreport.de/nachrichten/presseschau/presseschau_nachricht/datum/0/0/0/unruhe-auf-dem-jugendbuchmarkt.htm; 02.04.2010

²⁷¹ Börsenverein: Buch und Buchhandel in Zahlen 2009. S. 15

²⁷² Börsenverein: Buch und Buchhandel in Zahlen 2009. S. 16

3.4.2. Lizenzen

2008 wurden 1 897 Kinder- und Jugendbuchlizenzen verkauft. Die Rechte gingen vor allem nach Asien. Am häufigsten wurden Bilderbuchlizenzen verkauft, da die Illustrationen im asiatischen Raum sehr beliebt sind.

Das Kinder- und Jugendbuch kommt mit seinen gesamten Lizenzen auf einen Anteil von 25% am Handel mit Rechten.²⁷³ Dies stellt einen beachtlichen Anteil dar und zeigt, dass deutsche Produktionen vor allem im asiatischen Raum beliebt sind. Ein Grund dafür könnten die „europäischen“ Darstellungen (Illustrationen) von Personen sein.

3.5. Leseforschung

3.5.1. Allgemein

Die beliebtesten drei Freizeitbeschäftigungen der Deutschen sind Fernsehen, Musik hören und mit Freunden zusammen sein. Dies ergab die Verbraucheranalyse der Bauer Media KG im Jahr 2009, welche Aufschluss über den Stellenwert von Büchern als Freizeitmedium der Deutschen gibt.²⁷⁴ Das Buch rangiert auf Platz 7. 20,3% der befragten Personen gaben an, besonders gerne zu einem Buch zu greifen. Gerne lesen 34,8% der Befragten ein Buch. Im Gegensatz zu 2007 erhöht sich der Anteil derjenigen, die überhaupt nicht lesen von 16,2% auf 17,5%. „Weniger gern“ greifen 27,4% zum Buch, 2007 waren es 28,4%.²⁷⁵ Gesamt gesehen ergibt die Analyse in Bezug auf das Lesen keine schwerwiegenden Änderungen.

Der durchschnittliche Deutsche verfügte 2007 über 600 Minuten Freizeit pro Tag. Für das Lesen wurden 25 Minuten davon aufgewendet.

Der GfK Panel Services Deutschland untersuchte im Auftrag des Börsenvereins 2008 zusammen mit Sinus Sociovision die Buchnutzung und den Buchkauf der Bevölkerung Deutschlands. Sie kommen zu folgendem Ergebnis:

57% haben im vergangenen Jahr zumindest ein Buch erworben und neun von zehn mindestens eines gelesen.²⁷⁶ 25% der Deutschen gelten als Vielleser, wobei nur 9%

²⁷³ Börsenverein: Buch und Buchhandel in Zahlen 2009. S. 89

²⁷⁴ Börsenverein: Buch und Buchhandel in Zahlen 2009. S. 19

²⁷⁵ Börsenverein: Buch und Buchhandel in Zahlen 2008. S. 17f

²⁷⁶ Börsenverein: Buch und Buchhandel in Zahlen 2009. S. 18

auch Vielkäufer sind. Als Vielkäufer gilt, wer mindestens 14 Bücher pro Jahr erwirbt, als Vielleser wer mehr als 18 Titel im Jahr liest.²⁷⁷

Frauen kaufen und lesen häufiger als Männer. 45% der Frauen greifen täglich oder mehrmals pro Woche zum Buch, das tun nur 29% der Männer. 66% der Frauen und 52% der Männer haben 2008 ein Buch erworben.²⁷⁸ Bei den Vielbuchkäufern ist das Geschlechterverhältnis mit 5% ausgeglichen.

Bei Jugendlichen ist die Lesezeit altersabhängig. Bei der Altersgruppe der 14- bis 19jährigen nutzen 42% Bücher täglich oder mehrmals pro Woche, die 20- bis 29jährigen tun dies zu 33%. 55% der befragten Teenager haben 2008 selbst Bücher gekauft.

Als wichtiger Faktor gilt der Grad der Ausbildung. Personen mit Abitur oder Hochschulabschluss nutzen zu 56% Bücher täglich oder mehrmals in der Woche, Personen mit Volks- oder Hauptschulabschluss tun dies zu 26%.²⁷⁹

76% der Buchkäufer erwerben Bücher, die ihnen von Freunden oder Verwandten empfohlen wurden. 66% vertrauen auf die Empfehlungen des Buchhändlers. Für 43% sind gedruckte Rezensionen der Kaufanstoß, 31% lesen Titel, die im Fernsehen vorgestellt wurden.²⁸⁰

Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass das Buch nach wie vor zu den beliebtesten Freizeitbeschäftigungen zählt. Durchschnittlich werden etwa 4 % der täglichen Freizeit dem Lesen gewidmet.

Beinahe 60% der Deutschen erwarben 2008 ein Buch, neun von zehn haben zumindest einen Titel gelesen. Dies zeigt, dass in Deutschland der Zugang zu Literatur leicht möglich und ein Interesse am geschriebenen Wort vorhanden ist.

Jugendliche lesen auf Grund ihrer schulischen Ausbildung vergleichsweise mehr als Erwachsene, die Lesezeit nimmt jedoch mit zunehmendem Alter ab. In den meisten Fällen erfolgt die Titelauswahl durch Empfehlungen.

²⁷⁷ http://www.boersenverein.de/sixcms/media.php/976/Buchkaeufer_und_Leser_2008_kurz.pdf;
01.08.2010

²⁷⁸ Börsenverein: Buch und Buchhandel in Zahlen 2009. S. 21

²⁷⁹ Börsenverein: Buch und Buchhandel in Zahlen 2009. S. 23

²⁸⁰ o.V.: Woher kommt der Lesestoff? In: Börsenblatt: Nr. 22. 2007. S. 9

3.5.2. Kinder und Jugendliche

Dieser Teil bezieht sich vorwiegend auf eine Studie des Börsenvereins des Deutschen Buchhandels zum Thema „Kinder- und Jugendbücher. Marktpotential, Käuferstrukturen und Präferenzen unterschiedlicher Lebenswelten“. ²⁸¹ Diese zieht zwei Studien heran, zum einen das GfK-Buchmarkt Panel, im Zuge dessen 20 000 Personen ab einem Alter von 10 Jahren im Jahr 2006 zu ihren monatlichen Bucheinkäufen befragt wurden, zum anderen eine Ad-hoc Befragung im Jahr 2007, es wurden 1 448 Personen befragt. Personen ab 14 Jahren wurden außerdem zu ihrer Milieuzugehörigkeit befragt, wodurch es möglich wurde, die Ergebnisse nach Alter, Geschlecht und Ausbildung zu analysieren. Die Studie des Börsenvereins untersucht nach dem Modell der Sinus-Milieus. Es gibt vier Hauptgruppen von Milieus. Diese sind: die gesellschaftlichen Leitmilieus, die traditionellen Milieus, die Mainstream Milieus und die hedonistischen Milieus. ²⁸² Jedes Sinus-Milieu weist bestimmte Charakteristika auf, die genaue Unterteilung ist in der folgenden Tabelle dargestellt. ²⁸³

Gesellschaftliche Leitmilieus			
Sinus B1	Etablierte	10%	Das selbstbewusste Establishment: Erfolgs-Ethik, Machbarkeitsdenken und ausgeprägte Exklusivitätsansprüche
Sinus B12	Postmaterielle	10%	Das aufgeklärte Nach-68er-Milieu: Liberale Grundhaltung, postmaterielle Werte und intellektuelle Interessen
Sinus C12	Moderne Performer	10%	Die junge, unkonventionelle Leistungselite: intensives Leben – beruflich und privat, Multi-Optionalität, Flexibilität und Multimedia-Begeisterung
Traditionelle Milieus			

²⁸¹ Börsenverein: Kinder- und Jugendbücher. S. 4

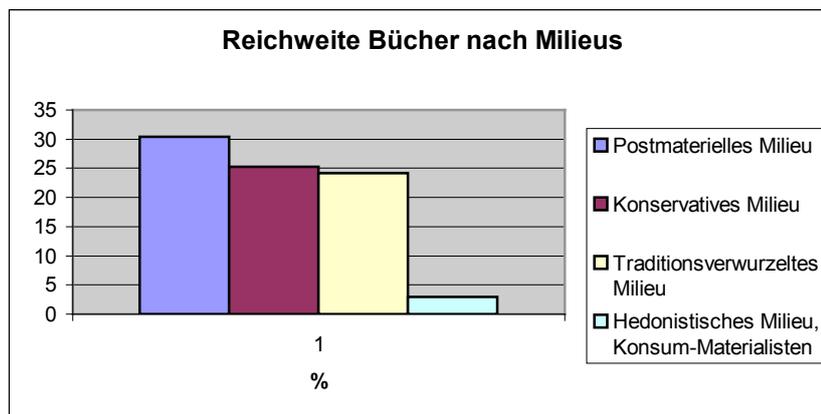
²⁸² Börsenverein: Kinder- und Jugendbücher. S. 5

²⁸³ Börsenverein: Kinder- und Jugendbücher. S. 5

Sinus A 12	Konservative	5%	Das alte deutsche Bildungsbürgertum: konservative Kulturkritik, humanistisch geprägte Pflichtauffassung und gepflegte Umgangsformen
Sinus A23	Traditionsverwurzelte	14%	Die Sicherheit und Ordnung liebende Kriegsgeneration: verwurzelt in der kleinbürgerlichen Welt bzw. in der traditionellen Arbeiterkultur
Sinus AB2	DDR-Nostalgische	5%	Die resignierten Wende-Verlierer: Festhalten an preußischen Tugenden und altsozialistischen Vorstellungen von Gerechtigkeit und Solidarität
Mainstream-Milieus			
Sinus B2	Bürgerliche Mitte	15%	Der statusorientierte moderne Mainstream: Streben nach beruflicher und sozialer Etablierung, nach gesicherten und harmonischen Verhältnissen
Sinus B3	Konsum-Materialisten	12%	die stark materialistisch geprägte Unterschicht: Anschluss halten an die Konsum-Standards der breiten Mitte als Kompensationsversuch sozialer Benachteiligungen
Hedonistische Milieus			
Sinus C2	Experimentalisten	8%	Die extrem individualistische neue Bohème: Ungehinderte Spontaneität, Leben in Widersprüchen, Selbstverständnis als Lifestyle-Avantgarde
Sinus BC3	Hedonisten	11%	Die Spaßorientierte moderne Unterschicht, untere Mittelschicht: Verweigerung von Konventionen und Verhaltenserwartungen der Leistungsgesellschaft

20,6% der Deutschen haben im Jahr 2006 Kinder- und Jugendbücher erworben, davon waren 26% weibliche und 14,9% männliche Käufer.²⁸⁴ Je höher das Haushaltseinkommen, desto mehr Kinder- und Jugendbücher werden gekauft. Sieht man sich die Reichweite von Büchern nach den Milieus an, so geht deutlich hervor, dass diese bei den Postmateriellen mit 30,4% am höchsten ist.²⁸⁵ Den zweithöchsten Anteil erreicht das Konservative Milieu mit 25,3%. Hier findet sich das Zentrum des klassischen Bildungsbürgers. Bücher gelten als Kulturgut und werden als solches zukünftigen Generationen weitergegeben. Das Milieu der Traditionsverwurzelten erreicht 24,2%.²⁸⁶

Den geringsten Anteil am Kinder- und Jugendbuchabsatz haben das Hedonistische Milieu und die Konsum-Materialisten mit 2-5%.²⁸⁷



Die meisten Buchkäufe tätigen Personen zwischen 30 und 49 Jahren, was die Bedeutung des Buches als Geschenk hervorhebt. Die über 60-jährigen erwerben 23% der Kinder- und Jugendbücher.²⁸⁸

Auch hier sei auf die Bildung verwiesen. 7% der Deutschen verfügten im Jahr 2006 über einen Hochschulabschluss, sie erwerben 31% des Gesamtabsatzes an Kinder- und Jugendbüchern. Personen mit Volksschulabschluss (42%) kaufen 13%. Personen mit Fachschulabschluss oder Mittlerer Reife (33%) kaufen hingegen nur 4,2% des Gesamtabsatzes.²⁸⁹ Das bestätigt die gängige Meinung, die besagt, dass Personen mit hoher Bildung tendenziell die meisten Bücher erwerben.

²⁸⁴ Börsenverein: Kinder- und Jugendbücher. S. 6

²⁸⁵ Börsenverein: Kinder- und Jugendbücher. S. 17

²⁸⁶ Börsenverein: Kinder- und Jugendbücher. S. 9

²⁸⁷ Börsenverein: Kinder- und Jugendbücher. S. 19

²⁸⁸ Börsenverein: Kinder- und Jugendbücher. S. 12

²⁸⁹ Börsenverein: Kinder- und Jugendbücher. S. 15

Kinder- und Jugendbücher werden mit 65% am häufigsten in Buchhandlungen gekauft. Danach folgt der Versandbuchhandel mit 12%, das Internet liegt 2006 bei 8%.²⁹⁰

Als wichtige Kriterien bei der Wahl des Kauforts von Kinder- und Jugendbücher gelten eine große Auswahl und die Möglichkeit, Bücher in Ruhe durchzusehen. Fachberatung ist für 37% der befragten Personen relevant und für 35% ist eine gute Erreichbarkeit unabdingbar, ein Charakteristikum des Versandbuchhandels. Eine kinderfreundliche Atmosphäre ist für 10% der Käufer wichtig. Das scheint eigentlich überraschend wenig, weist aber einmal mehr auf das Buch als Geschenk hin.²⁹¹

Lesen Jungen anders als Mädchen?

Christine Garbe von der Universität Lüneburg sieht drei verschiedene Dimensionen von geschlechtsspezifischen Unterschieden. Zum ersten bezieht sie sich auf die Lesequalität und Intensität und kommt zu dem Schluss, dass Mädchen und Frauen mehr lesen als Jungen und Männer. Zum zweiten verweist sie auf Lesestoff sowie Leseweisen und meint, dass Mädchen und Frauen anders lesen als Jungen und Männer. Zum dritten stellt bezüglich Lesefreude und Leseneigung fest, dass Mädchen und Frauen dem Lesen mehr Bedeutung beimessen als dies Jungen und Männer tun.²⁹²

Die Literaturwissenschaftlerin Hannelore Daubert von der Goethe-Universität Frankfurt stellt fest, dass Jungen überwiegend einfache Formen spannungsorientierter Literatur konsumieren, sie lesen Krimis, Fantasyromane, Horror- und Abenteuergeschichten. Beliebt sind Autoren wie Stine, Brezina, King oder Grisham. Außerdem beliebt sind Comics. Mädchen hingegen bevorzugen Tiergeschichten, Märchen und Sagen und belletristische Titel.²⁹³ Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass im Allgemeinen das Lesen für Mädchen mehr Bedeutung hat und die Themenwahl geschlechtsspezifisch divergiert.

3.5.3. Leseförderung

Leseförderung wird in Deutschland als wichtiges Thema angesehen. Seit 1959 organisiert der Börsenverein des Deutschen Buchhandels den „Vorlesewettbewerb des Deutschen Buchhandels“, an dem bis zu 700 000 Kinder pro Jahr teilnehmen.²⁹⁴

²⁹⁰ Börsenverein: Kinder- und Jugendbücher. S. 43 (Zahlen: 2006)

²⁹¹ Börsenverein: Kinder- und Jugendbücher. S. 48

²⁹² Müller-Walde, Karin: Warum Jungen nicht mehr lesen. Und wie wir das ändern können. Frankfurt/New York: 2010. S. 64

²⁹³ Müller-Walde: Warum Jungen nicht mehr lesen. S. 66f

²⁹⁴ www.vorlesewettbewerb.de; 02.07.2010

2003 wurde die Kampagne „Wir lesen vor – überall & jederzeit“ in Kooperation mit DIE ZEIT organisiert.²⁹⁵ 2004 wurde der Wettbewerb „Ohr liest mit“ ins Leben gerufen. Dieser soll dazu beitragen, das Textverständnis zu fördern. Dabei adaptieren die Teilnehmer eine Buchvorlage in ein Hörspiel.²⁹⁶ 2004 wurde die Akademie für Leseförderung der Stiftung Lesen an der Gottfried-Wilhelm-Leibniz Bibliothek gegründet. Diese bietet Veranstaltungen für Lehrer und Bibliothekare zu Projekten der Stiftung Lesen an.²⁹⁷ 2005 startete die Aktion „Mit Bilderbüchern wächst man besser“, eine Zusammenarbeit zwischen „Börsenblatt“, „Buchmarkt“ und der „Arbeitsgemeinschaft von Jugendbuchverlagen“ (avj). 2005 erklärte die UNESCO den 23. April zum „Welttag des Buches“. Dieser wird seit 2006 auch in Deutschland mit Veranstaltungen rund ums Buch gefeiert.²⁹⁸

Weiters dürfen die medienwirksamen Initiativen, wie die „lit.cologne“ oder „Leipzig liest“ nicht unerwähnt bleiben.

Konkrete Auswirkungen dieser Maßnahmen zu benennen erweist sich als schwierig, da diese zumeist nicht erfasst werden. All diese Aktionen und Veranstaltungen haben zum Ziel, Literatur in den Medien zu präsentieren, für sie zu werben und Informationen an die Rezipienten zu vermitteln. Bei Initiativen für Kinder stehen die Leseförderung und die Vermittlung von „Spaß am Text“ im Vordergrund.

3.6. Grenzüberschreitende Beziehungen

3.6.1. Export

Der Anteil der Bücher am Exportvolumen der Druckerzeugnisse liegt bei mehr als 50%, das entspricht 1,407 Milliarden Euro. Etwa 90% der exportierten Titel gehen in europäische Länder, danach folgen Amerika, Asien und Afrika.²⁹⁹

Die beiden wichtigsten Exportländer für Bücher sind, auf Grund der gleichen Sprache, Österreich und die Schweiz. Diese Länder wechseln sich an der Spitze ab, 2003 und

²⁹⁵ Renner: Kommunikationspolitik im Kinderbuchmarkt. S. 53

²⁹⁶ www.ohr-liest-mit.de; 02.07.2010

²⁹⁷ Renner: Kommunikationspolitik im Kinderbuchmarkt. S. 54

²⁹⁸ <http://www.welttag-des-buches.de>; 02.08.2010

²⁹⁹ Börsenverein: Buch und Buchhandel in Zahlen 2009. S. 57

2004 stand Österreich an erster Stelle, die nächsten zwei Jahre war es die Schweiz, die wiederum 2007 von Österreich abgelöst wurde.³⁰⁰

Nach Österreich wurden 2007 Druckschriften im Wert von über 300 Millionen Euro geliefert.³⁰¹ Damit wächst der Export nach Österreich im Vergleich zum Vorjahr um 16,5% an, jener in die Schweiz geht von 288 Millionen Euro auf 277 Millionen Euro um etwa 4% zurück.

In der Exportstatistik des Jahres 2007 steht Frankreich an dritter Stelle (108 Millionen Euro), gefolgt von Großbritannien (106 Millionen Euro), den Niederlanden (101 Millionen Euro), den USA (83 Millionen Euro), Italien (54 Millionen Euro), Spanien (43 Millionen Euro), Belgien (26 Millionen Euro) und Russland (25 Millionen Euro).³⁰²

3.6.2. Import

Die Importzahlen sind in den letzten Jahren gestiegen. 2005 lag der Wert unter einer Milliarde Euro, 2006 knapp darüber und 2007, mit einem Plus von 8,5%, bei 1,101 Milliarden Euro.

Die Importwerte im Buchwesen sind nicht halb so hoch wie die Exportwerte. Importpartner sind vor allem europäische Länder, gefolgt von Asien. Asien hat sein Importvolumen in den vergangenen fünf Jahren nahezu verdoppelt, was vor allem an der Warengruppe Kinderbuch liegt.³⁰³ Bilderbücher werden immer öfter mit aufwendig zu produzierenden Nonbook-Artikeln ausgestattet, die in China hergestellt werden. Das wiederum zeigt sich in der Importstatistik.

Sieht man sich die Statistik ohne Bilderbücher an, so liegt Großbritannien mit einem Anteil von 20% 2007 an erster Stelle. Danach folgen China, die USA, Italien, die Schweiz und Österreich.³⁰⁴

3.6.3. Lizenzen

Im Jahr 2008 wurden 17,5% weniger Lizenzverträge als im Vorjahr abgeschlossen, was wohl an der internationalen Finanzkrise liegt. Auch 2009 war der Markt rückläufig,

³⁰⁰ Hanreich/Kuschej/Grohall/Reis: Buchpreisregelungen in Europa als Mittel der Kulturpolitik. S 92

³⁰¹ Börsenverein: Buch und Buchhandel in Zahlen 2009. S. 61

³⁰² Börsenverein: Buch und Buchhandel in Zahlen 2009. S. 61

³⁰³ Börsenverein: Buch und Buchhandel in Zahlen 2009. S. 59

³⁰⁴ Börsenverein: Buch und Buchhandel in Zahlen 2009. S. 60

6278 Lizenzen wurden verkauft, 2008 waren es noch 7605 Lizenzen.³⁰⁵ Der wichtigste Markt für Lizenzen aus Deutschland ist Europa. Die meisten Rechte gingen nach Polen, China und Tschechien, gefolgt von Italien, Russland und Korea.³⁰⁶

Sieht man sich die Rechtevergabe nach Sprachen an, so liegen die Osteuropäischen weit vorne. Polnisch, Russisch und Tschechisch belegen die ersten drei Plätze, danach kommen Chinesisch und Englisch.³⁰⁷ Diese Entwicklung wird sich voraussichtlich fortsetzen, der osteuropäische Markt gewinnt immer stärker an Bedeutung.

3.6.4. Übersetzungen

2008 wurden mehr als 7 340 Übersetzungen von deutschen Verlagen auf den Markt gebracht. Dieser Wert übersteigt jenen des Vorjahres um 19%, damals wurden 6 160 Titel publiziert. Bezieht man diese Zahl auf alle Erstauflagen, die in Deutschland erscheinen, so ist er mit 8,8% eher gering.³⁰⁸ Allerdings ist in den vergangenen Jahren die Zahl der Erstauflagen gestiegen.

An erster Stelle stehen Übersetzungen aus dem Englischen mit einem Anteil von 66,9%. Fünf Jahre zuvor waren es noch zehn Prozent weniger. Danach folgen Übertragungen aus dem Französischen mit 11,5%. Italienisch belegt mit 2,9% den dritten Platz, gefolgt von Spanisch mit 2,6%.³⁰⁹

Im Kinderbuch hat die Bedeutung von Übersetzungen zugenommen. Im Jahr 2008 sind 14,4% der Erstauflagen im Kinder- und Jugendbuch Übersetzungen, 2007 waren es nur 13,2%.³¹⁰ Das entspricht 1 051 Titeln im Jahr 2008 und 893 im Jahr 2007. Damit liegt das Kinder- und Jugendbuch an zweiter Stelle nach der Belletristik, 24,5% aller Belletristiktitel sind Übersetzungen.³¹¹ Die Zahl der Übersetzungen steigt jährlich. In Bezug auf den Gesamtmarkt gesehen ist der Anteil jedoch eher gering, denn nur etwa 9% der Novitäten, die am deutschen Markt erscheinen sind Übersetzungen.

³⁰⁵ http://www.buchreport.de/nachrichten/analyse/analyse_nachricht/datum/2010/06/24/969-mrd-branchenumsatz.htm; 06.09.2010

³⁰⁶ Börsenverein: Buch und Buchhandel in Zahlen 2009. S. 88

³⁰⁷ Börsenverein: Buch und Buchhandel in Zahlen 2009. S. 88

³⁰⁸ Börsenverein: Buch und Buchhandel in Zahlen 2009. S. 79

³⁰⁹ Börsenverein: Buch und Buchhandel in Zahlen 2009. S. 80 (Zahlen gelten für 2008)

³¹⁰ Börsenverein: Buch und Buchhandel in Zahlen 2009. S. 82

³¹¹ Börsenverein: Buch und Buchhandel in Zahlen 2009. S. 82

3.7. Interessensvertretung

3.7.1. Börsenverein des Deutschen Buchhandels

Der Börsenverein des Deutschen Buchhandels wurde 1825 als "Börsenverein der Deutschen Buchhändler zu Leipzig" gegründet. 1955 wurde er zum „Börsenverein des Deutschen Buchhandels“.³¹² Seit 1971 gibt der Börsenverein das Verzeichnis lieferbarer Bücher (VLB) heraus.³¹³ Der heutige Firmensitz ist Frankfurt am Main. Daneben gibt es noch zehn Landesverbände, die die Interessen der Mitglieder auf regionaler Ebene vertreten. Die wirtschaftlichen Aktivitäten des Verbands sind Tochterunternehmen übertragen, die einer gemeinsamen Holding unterstehen. So organisiert die Ausstellungs- und Messe-GmbH (AuM) die Frankfurter Buchmesse, die MVB Marketing- und Verlagsservice des Buchhandels GmbH bündelt die verlegerischen Aufgaben des Verbands und gibt das VLB sowie das Adressbuch des deutschsprachigen Buchhandels, das „Börsenblatt - Wochenmagazin für den Deutschen Buchhandel“ und das Buchjournal heraus und arbeitet an „libreka!“.³¹⁴

Das Motto des Börsenvereins ist „Bücher bewegen Ideen“.³¹⁵ Der Verband vertritt nicht nur wirtschaftliche Belange, sondern auch kulturelle Interessen. Er hat etwa 6 000 Mitglieder (5 812 Firmen. Stand: 1. Mai 2009)³¹⁶ aus den Bereichen Verlage, Buchhandlungen, Antiquariate, des Zwischenbuchhandels und der Vertreter. Die Hauptaufgabe des Verbands ist die Lobbyarbeit, in letzter Zeit vor allem zu den Themen Buchpreisbindung und Urheberrecht. Seit 1951 verleiht der Börsenverein den „Friedenspreis des Deutschen Buchhandels“, seit 2005 auch den Deutschen Bücherpreis. 2008 wurde eine neue Ehrung „Geisteswissenschaften International“, ins Leben gerufen, die als Übersetzungsförderung fungiert.³¹⁷

³¹² Wittmann: Geschichte des deutschen Buchhandels. S. 371

³¹³ Wittmann: Geschichte des deutschen Buchhandels. S. 372

³¹⁴ Börsenverein: Buch und Buchhandel in Zahlen 2009. S. 108

³¹⁵ www.boersenverein.de; 02.07.2010

³¹⁶ Börsenverein: Buch und Buchhandel in Zahlen 2009. S. 30

³¹⁷ Börsenverein: Buch und Buchhandel in Zahlen 2009. S. 108

3.7.2. Weitere Interessensvertretungen

Weitere Verlegerverbände sind der 1929 gegründete Verband Deutscher Zeitschriftenverleger (VDZ)³¹⁸ sowie der Bundesverband der Deutschen Zeitungsverleger (BDZV), der seit 1894 besteht.³¹⁹

3.8. Buchmessen

In Deutschland gibt es zwei große Buchmessen. Die Frankfurter Buchmesse findet im Herbst als internationale Lizenzmesse statt. Sie gilt mit über 7 300 Ausstellern aus 100 Ländern im Jahr 2009 als die weltweit größte Buchmesse.³²⁰ Jährlich gibt es ein Gastland, das als Schwerpunkt vorgestellt wird, 2010 war dies Argentinien. Die Schwerpunkte führen zu vermehrten Übersetzungen von Titeln aus den betreffenden Ländern. Eine direkte Auswirkung auf den Buchhandel lässt sich jedoch nur selten feststellen.

Die Leipziger Buchmesse präsentiert sich durch das Literaturfestival „Leipzig liest“ verstärkt als Publikumsmesse und sieht sich als „Frühjahrstreffen“ der Buchbranche (vgl. Kap. 6.5). Die Messe gilt auch als Drehscheibe Richtung Osteuropa.³²¹ 2010 stellten 2 071 Verlage aus 39 Ländern ihre Programme vor.³²²

³¹⁸ <http://www.vdz.de/uebervdz.html>; 02.08.2010

³¹⁹ http://www.bdzv.de/ueber_den_bdzv.html; 02.08.2010

³²⁰ http://www.buchmesse.de/de/fbm/allgemeines/facts_figures/; 03.08.2010

³²¹ Börsenverein: Buch und Buchhandel in Zahlen 2008. S. 94

³²² <http://www.leipziger-buchmesse.de/>; 03.08.2010

4. DER BUCHMARKT IN ÖSTERREICH

4.1. *Rahmenbedingungen des Buchmarkts in Österreich*

Nach dem Zweiten Weltkrieg versuchten Verlage und Vereine, sich neu zu konstituieren. Dies war vor allem in der russischen Besatzungszone schwierig, da bis 1947 stark zensuriert wurde. In der amerikanischen Besatzungszone wurden so genannte „Information-Centers“ mit integrierten Leihbibliotheken gegründet, welche Bücher kostenlos verliehen.³²³ Dies entzog dem Buchhandel Kunden. Trotz Papierknappheit und Druckschwierigkeiten erschienen in der ersten Nachkriegszeit zahlreiche Publikationen.

Zum Buchmarkt und der Buchproduktion in Österreich gibt es quantitative Daten, die sich jedoch untereinander nicht direkt vergleichen lassen, da sie nicht durch dieselben Berechnungsmethoden eruiert wurden. Es lassen sich dennoch einige Tendenzen ablesen.

Die Ergebnisse der Aufstellung der Produktionszahlen von Bachleitner, Eybl und Fischer in „Geschichte des Buchhandels in Österreich“³²⁴ zeigen, dass die Produktion ab 1950 tendenziell anstieg, bis es im Jahr 1992 zu einem Einbruch kam. Hierzu ist jedoch zu bemerken, dass ab diesem Jahr Schulbücher nicht mehr hinzugezählt wurden.³²⁵ Zwischen 1989 und 1999 wurden in Österreich 43 864 Titel produziert, das sind 28% mehr als im Vergleichszeitrahmen zwischen 1978 und 1988.³²⁶ Generell stieg die Buchproduktion und der Markt gewann an Vielfalt.

Das Buchwesen erlebt immer wieder Rückläufe. Zu den bekanntesten Krisen zählt der Konkurs des Verlags Molden im Jahr 1982. Auch der österreichische Residenz Verlag kämpfte mit wirtschaftlichen Problemen. 1983 wurde der Verlag an den Österreichischen Bundesverlag (ÖBV) verkauft. 2003 wurde dieser von der Stuttgarter Ernst Klett AG übernommen. Die Ernst Klett AG verkaufte Residenz auf Grund von wirtschaftlichen Überlegungen an das Niederösterreichische Pressehaus.

Oftmals jedoch werden diese Fälle nicht publik.

³²³ Traxler: Die länderübergreifende Buchpreisbindung. S. 32

³²⁴ Bachleitner, Norbert/Eybl E. Franz/Fischer, Ernst: Geschichte des Buchhandels in Österreich. Wiesbaden: 2000

³²⁵ Bachleitner/Eybl/Fischer: Geschichte des Buchhandels in Österreich. S. 339

³²⁶ Buchacher, Christoph/ Steyer, Mario: Die österreichische Verlagsbranche. Eine Branche unter Druck? Probleme der Mittelbetriebe im österreichischen Buchverlagswesen unter Berücksichtigung politischer Rahmenbedingungen. Wirtschaft und Kultur. Schriftenreihe des Forschungsbereichs. Wien: 2006. (http://epub.wu-wien.ac.at/dyn/virlib/wp/eng/mediate/epub-wu-01_c16.pdf?ID=epub-wu-01_c16;02.06.2010). S. 27

Der Österreichische Buchmarkt ist, wie der folgende Teil der Arbeit zeigen wird, durch seine Kleinteiligkeit bestimmt.

4.2. Buchpreisbindung in Österreich

4.2.1. Historischer Überblick

Die österreichische Buchpreisbindung ist historisch gesehen eng mit jener in Deutschland verbunden.³²⁷ Bereits 1859 wurde der Verein der österreichischen Buchhändler gegründet, der nun der „Hauptverband des österreichischen Buchhandels“ (HVB) ist.³²⁸ Schon damals wurde ein einheitlicher Preis als wichtig angesehen.

Die Buchbranche erlebte einen Aufschwung. 1867 wurden zahlreiche deutsche Klassiker gemeinfrei, was zur Veröffentlichung zahlreicher Klassikerausgaben führte. Am 9. November 1867 erschienen die ersten Bände der „Reclam“ Bibliothek.³²⁹ Doch die „Freiheit von Rechten“ führte zu Problemen, es wurden hohe Rabatte vergeben ein Preiskampf begann sich abzuzeichnen.

1868 wurde eine Kommission zur Regelung der Zahlungs- und Rabattverhältnisse gewählt. Diese stellte fest, dass die Buchhändler den Ladenpreis willkürlich beseitigen indem sie zu hohe Rabatte gewähren.³³⁰ Die Kommission fordert die Abschaffung von Preisnachlässen an Privatpersonen.³³¹

Antrieb brachte eine 1878 in Weimar und im folgenden Jahr in Leipzig fortgesetzte Besprechung, bei der auch österreichische Buchhändler teilnahmen.³³²

1887 fand in Frankfurt am Main eine außerordentliche Versammlung unter Adolf Kröner statt (Kröner'sche Reform, vgl. Kap. 3.2.1).³³³

1889 wurde nach dem Vorbild der Kröner'schen Reform eine Satzung mit den „Bestimmungen für den Verkehr mit dem Publicum“ aufgestellt.³³⁴ Die Satzung sah folgendes vor:

³²⁷ Borufka, Herbert: Die Entwicklung des festen Ladenpreises im österreichischen Buchhandel. In: Anzeiger des österreichischen Buchhandels. Nr. 10. Mai 1985. S. 163

³²⁸ http://www.buecher.at/show_content.php?sid=168; 25.05.2010

³²⁹ Borufka: Die Entwicklung des festen Ladenpreises. S. 163

³³⁰ Borufka: Die Entwicklung des festen Ladenpreises. S. 163

³³¹ Borufka: Die Entwicklung des festen Ladenpreises. S. 163

³³² Borufka: Die Entwicklung des festen Ladenpreises. S. 163

³³³ Goldschmitt: Grenzüberschreitende Buchpreisbindung und internationaler Buchmarkt. S. 35

³³⁴ Tonninger: Buchpreisbindung in Österreich. S. 8

1. Bei Verkäufen an das Publicum sind die vom Verleger festzusetzenden Ladenpreise einzuhalten.
2. Jedes Anbieten von Rabatten an das Publicum in ziffernmäßiger oder unbestimmter Fassung, sowie die Zusicherung von anderweitigen Vortheilen, welche den Rabatt ersetzen sollen, ist unzulässig.

Nur in besonderen Ausnahmefällen, wie bei größerem literarischem Bedarf, ist es gestattet, einen mässigen Skonto zu gewähren und sind hierüber bindende Bestimmungen getroffen.

Der unterzeichnete Vorstand als berufene Vertreter des österr.-ungar. Gesamtbuchhandels fühlt die Pflicht, dies hiermit bekannt zu geben, um die Sortimentsbuchhandlungen, welche den Bestimmungen des Vereins pflichttreu nachkommen, vor dem Vorwurf der Incoulanz zu schützen, während er anderenfalls gezwungen wäre, Zuwiederhandelnde aus dem Vereine auszuschliessen, was den Abbruch aller Beziehungen zum gesammten deutschen und österreichischen Verlagsbuchhandel zur Folge haben würde.³³⁵

Dies kann als Beginn der Preisbindung in Österreich angesehen werden. Die Rabattsituation bessert sich. Zuvor führte die Nachfragemacht der Kunden zu erheblichen Rabatten (bis zu 33%).³³⁶ Dies konnte zum Konkurs von Unternehmen führen.

Die Entwicklung ab 1888 verlief in Deutschland und Österreich ähnlich.³³⁷ Die „Bestimmungen für den Verkehr mit dem Publicum“ galten, mit kleinen Änderungen, von 1889 bis 1947. Sie werden von der „Verkehrs- und Verkaufsordnung für das Buch-, Kunst-, Musikalien- und Zeitschriftenhandel in Österreich“ (VVO) abgelöst.³³⁸

Die VVO ist die

Sammlung der für den geschäftlichen Verkehr der Buchhändler (...) mit dem Publikum geltenden Handelsgebräuche und der vom Verein satzungsgemäß erlassenen und (...) veröffentlichten Vorschriften.³³⁹

Diese Sammlung stammte vom „Verein der österreichischen Buch-, Kunst- und Musikalien-, Zeitungs- und Zeitschriftenhändler“, nun HVB.³⁴⁰

Da zahlreiche Bücher aus Deutschland importiert wurden, galt die Regelung sowohl in Deutschland als auch in Österreich.³⁴¹ Die VVO wurde im Jahr 1970 von Dr. Fritz Schönherr und DDr. Hellwig Torggler im „Rechtsgutachten über den festen Ladenpreis

³³⁵ Borufka: Die Entwicklung des festen Ladenpreises. S. 164

³³⁶ Borufka: Die Entwicklung des festen Ladenpreises. S. 164

³³⁷ Borufka: Die Entwicklung des festen Ladenpreises. S. 164

³³⁸ Tonniger: Buchpreisbindung in Österreich. S. 9

³³⁹ Barfuß, Walter: Rechtsgutachten zum festen Ladenpreis im österreichischen Buchhandel. In: Anzeiger des österreichischen Buchhandels Nr. 8. April 1983. S. 82

³⁴⁰ Barfuß: Rechtsgutachten zum festen Ladenpreis im österreichischen Buchhandel. S. 82

³⁴¹ Tonniger: Buchpreisbindung in Österreich. S.10

im österreichischen Buchhandel“ kartellrechtlich abgesichert,³⁴² 1983 von DDr. Walter Barfuß nochmals überprüft und wieder inhaltlich bestätigt.³⁴³

Insbesondere wird darauf hingewiesen, dass der gebundene Preis nicht nur für Mitglieder des HVB, sondern auch für Nichtmitglieder verpflichtend ist.³⁴⁴ Verstöße werden als Satzungsverletzungen auf Antrag des Bundesgremiums mit Ordnungsstrafen sanktioniert.³⁴⁵

Die wichtigsten Regelungen der VVO sind für alle verbindlich, die „im Gebiete des Vereins Gegenstände des Buchhandels herstellen, verbreiten oder verleihen.“³⁴⁶ Der Ladenpreis sowie allfällige Sonderpreise werden vom Verleger festgesetzt. Für ausländische Verlagserzeugnisse setzt der HVB einen einheitlichen Umrechnungskurs fest.³⁴⁷

Österreich trat 1993 dem Europäischen Wirtschaftsraum bei. 1995 wurden durch den EU-Beitritt das EG-Kartellrecht und die EuGH-Rechtssprechung angenommen. Das Buchpreisbindungssystem wurde in der Folge an die neuen Rahmenbedingungen angepasst.³⁴⁸ Das „Dreiländer Sammelrevers“ tritt am 1. Januar 1993 in Österreich, Deutschland und der Schweiz in Kraft. Zunächst wurde das Sammelrevers positiv angesehen. 1994 wurde im „Comfort Letter“ dessen Wirkung auf die Vielfalt der Buchproduktion sowie ein flächendeckendes Netz von Verkaufsstellen hingewiesen und die dadurch entstehende Förderung des Buchs gelobt.³⁴⁹ In dem „Comfort Letter“ erklärt die EU Kommission weiters die Preisangleichung zwischen Österreich und Deutschland. Deutsche Verleger rechneten die Mehrwertsteuer von 7% nicht aus dem Buchpreis heraus, was zu einer Verteuerung der Bücher in Österreich führte.³⁵⁰ Diese Preise sollten angepasst werden. Der EU-Wettbewerbskommissär Karel van Miert lehnt die Buchpreisbindung ab.³⁵¹ Als Österreich 1995 der EU beitrifft, wurde der feste Verkaufspreis von Büchern vor allem vom Unternehmen Libro in Frage gestellt.

Am 30. Juni 2000 wurde das Sammelrevers als außeramtliche grenzüberschreitende Absprache abgeschafft.

³⁴² Barfuß: Rechtsgutachten zum festen Ladenpreis im österreichischen Buchhandel. S. 84

³⁴³ Barfuß: Rechtsgutachten zum festen Ladenpreis im österreichischen Buchhandel. S. 82

³⁴⁴ Barfuß: Rechtsgutachten zum festen Ladenpreis im österreichischen Buchhandel. S. 82

³⁴⁵ Borufka: Die Entwicklung des festen Ladenpreises. S. 165

³⁴⁶ Barfuß: Rechtsgutachten zum festen Ladenpreis im österreichischen Buchhandel. S. 82

³⁴⁷ Barfuß: Rechtsgutachten zum festen Ladenpreis im österreichischen Buchhandel. S. 83

³⁴⁸ Tonninger: Buchpreisbindung in Österreich. S. 11

³⁴⁹ Traxler: Die länderübergreifende Buchpreisbindung. S. 14

³⁵⁰ Bachleitner/Eybl/Fischer: Geschichte des Buchhandels in Österreich. S. 367

³⁵¹ Didzoleit, Winfried: Buchpreise. Letztes Aufbäumen. In: Der Spiegel. 26/1999.

(<http://www.spiegel.de/spiegel/print/d-13880600.html>; 24.05.2010)

Am 6. Juni 2000 wurde in Österreich das Buchpreisbindungsgesetz (BPrBG) beschlossen und trat am 20. Juni 2000 in Kraft.³⁵² Anfänglich war das Gesetz auf fünf Jahre befristet, 2004 wurde es auf unbestimmte Zeit verlängert.³⁵³ Die letzte Novellierung des Gesetzes erfolgte im Juni 2009, welche durch ein EuGH Urteil notwendig geworden war. Die Importregelung wurde angepasst.³⁵⁴

Der EuGH stellte fest, dass die alte Regelung im Widerspruch zu Art. 34 (ex Art 28 EG) steht. Er spricht aus, dass:

1. Eine nationale Regelung, die Importeuren deutschsprachiger Bücher untersagt, einen vom Verleger im Verlagsstaat festgesetzten oder empfohlenen Letztverkaufspreis zu unterschreiten, stellt eine Maßnahme mit gleicher Wirkung wie eine mengenmäßige Einfuhrbeschränkung im Sinne von Art. 34 (ex Art 28 EG) dar.

2. Eine nationale Regelung, die Importeuren deutschsprachiger Bücher untersagt, einen vom Verleger im Verlagsstaat festgesetzten oder empfohlenen Letztverkaufspreis zu unterschreiten, kann weder durch Art. 30 EG oder Art. 151 EG noch durch zwingende Erfordernisse des Allgemeininteresses gerechtfertigt werden.³⁵⁵

Die erforderlichen Änderungen wurden von allen im Parlament vertretenen Parteien einstimmig beschlossen. Dadurch wurde die Preisbindung auch von politischer Seite gestärkt. Die Bestimmungen traten mit 1.8.2009 in Kraft.³⁵⁶

4.2.2. Regelungen des Bundesgesetzes

Der Geltungsbereich des Buchpreisbindungsgesetzes erfasst den Handel, die Herstellung (Verlage) und den Import von deutschsprachigen Büchern und Musikalien.³⁵⁷

Es zielt auf einen gebundenen Letztverkaufspreis ab, der von Verlegern und Importeuren festgesetzt wird.³⁵⁸ Der Letztverkäufer darf den gebundenen Letztverkaufspreis um höchstens 5% unterschreiten.³⁵⁹ Ein allfälliger Rabatt darf nicht

³⁵² BGBl I 2000/45

³⁵³ BGBl I 2004/113

³⁵⁴ EuGH 30.4.2009, Rs C-531/17

³⁵⁵ EuGH 30.04.2009, Rs C-531/17

³⁵⁶ Tonniger: Buchpreisbindung in Österreich. S. 47

³⁵⁷ BPrBG. § 1

³⁵⁸ BPrBG. § 3 Abs. 1-3

³⁵⁹ BPrBG. § 5 Abs. 1

beworben werden.³⁶⁰ Dies gilt nicht für Titel, die vor mehr als 24 Monaten erschienen sind und deren Lieferung an den Buchhandel mehr als sechs Monate zurückliegt.³⁶¹ Ausgenommen sind weiters öffentliche sowie Schulbibliotheken; ihnen kann ein Rabatt von bis zu 10% gewährt werden.³⁶² Auch Studenten mit Hörschein kann ein Rabatt von bis zu 20% gegeben werden; Mängelexemplare sind im Verhältnis zu ihrem Mangel zu rabattieren.³⁶³

Aus der Definition des Geltungsbereichs ergeben sich Fragen bezüglich jener Druckwerke, die nicht in den Anwendungsbereich des Gesetzes fallen. So ist beispielsweise die Abgrenzung zwischen Zeitschriften und Büchern schwierig, vor allem dann, wenn Verlage von Zeitschriften Bücher veröffentlichen, die inhaltlich oder thematisch mit der Zeitschrift in Zusammenhang stehen. Solche Publikationen unterliegen in Österreich, anders als in Deutschland, der Buchpreisbindung. In Deutschland kann Abonnenten von Zeitschriften ein Sonderpreis gegeben werden.

E-Books sind, wie bereits erwähnt, digitale Versionen von Büchern. Ein E-Book kann ein Buch ersetzen. Sie sind als Ausgabe eines Buches zu sehen und daher preisgebunden.³⁶⁴

Probleme bereitet weiters die Frage, was als Mängelexemplar anzusehen ist.

Laut § 2 (6) BPrBG ist ein Mängelexemplar:

eine Ware im Sinne des § 1, die versehentlich verschmutzt oder beschädigt worden ist oder einen sonstigen Mangel aufweist, sodass sie von einem durchschnittlichen Letztverbraucher eindeutig nicht mehr als mängelfrei angesehen wird.³⁶⁵

Es gibt zwei Gruppen von Mängelexemplaren. Zur Ersten zählen preisgebundene Titel, die unbeabsichtigt beschädigt wurden oder Bücher, die einen sonstigen Mangel aufweisen. Sonstige Mängel sind jene, die in der Herstellung vorkommen können, wie beispielsweise verbundene, fehlende oder doppelt bedruckte Seiten oder eine fehlerhafte Bindung.³⁶⁶ Dabei handelt es sich zumeist um Einzeltitel. Die Zweite umfasst jene Titel, die lediglich als Mängelexemplare gekennzeichnet werden, jedoch keinen Mangel aufweisen. Diese sind weiterhin preisgebunden. Die innerstaatliche Gesetzeslage unterscheidet sich in diesem Punkt von jener in Deutschland, was zu

³⁶⁰ BPrBG. § 5 Abs. 2

³⁶¹ BPrBG. § 5 Abs. 3

³⁶² BPrBG. § 6 Abs. 1

³⁶³ BPrBG. § 6 Abs. 2-3

³⁶⁴ Tonninger: Buchpreisbindung in Österreich. S. 26

³⁶⁵ BPrBG. § 2 Abs. 6

³⁶⁶ Tonninger: Buchpreisbindung in Österreich. S. 44

Missverständnissen führen kann, da in Deutschland die Preisbindung für Mängelexemplare nicht gilt.³⁶⁷

4.3. Aktuelle Marktentwicklung

4.3.1. Marktkonzentration und Preisentwicklung

Gaben österreichische Haushalte 2008 noch 472,6 Millionen Euro für Bücher aus, so sank diese Zahl im Krisenjahr 2009 auf 466,2 Millionen Euro. Jedoch ist der Abwärtstrend laut Prognosen nicht von längerer Dauer, denn für 2010 werden Umsätze von 476,6% prognostiziert.³⁶⁸ Das ergab der BranchenReport Buchhandel in Österreich 2009, der im Auftrag des Hauptverbands vom Marktforschungsinstitut RegioPlan Consulting erstellt wurde.

Die Ausgaben für Zeitungen, Zeitschriften und Lehrbücher stiegen im Vergleich zum Vorjahr von 1,95 Milliarden auf 2,01 Milliarden Euro an.

Der Gesamtumsatz des österreichischen Buchmarkts im Jahr 2009 betrug, den Internet-Handel mit eingerechnet, 922 Millionen Euro.³⁶⁹ Im Vergleich zum Vorjahr (Januar bis Oktober) wurde 2010 eine Umsatzsteigerung von 3,4% erzielt.³⁷⁰ Im ersten Halbjahr 2010 erwirtschaftete der Buchhandel ein Plus von 3%, in Deutschland ging er um -0,4% zurück, in der Schweiz um -2,8%.³⁷¹

Die stärkste Steigerung war im Sachbuchbereich zu verzeichnen, der Gewinn lag, laut Media control GfK International, bei über 10%. Die Schöne Literatur steigerte sich um 4,6%, die Warengruppe Reisen um 2,5% und die Kinder- und Jugendliteratur um 1,9%. Ein leichtes Minus erzielten die Warengruppen Naturwissenschaften, Medizin und Technik mit jeweils -1,9% sowie Wirtschaft und Recht mit -2,3%.³⁷² Daraus folgt, dass offenbar gerne zur Entspannung und Unterhaltung gelesen wird, was den Anstieg der Belletristik erklärt. Außerdem wird mehr Kinder- und Jugendliteratur erworben, was zum einen als positives Zeichen für die Leseförderung gesehen werden kann, sich andererseits durch Bestseller wie die „Bis(s)“-Reihe von Meyer erklärt, die nicht nur

³⁶⁷ dBPrBG, § 3

³⁶⁸ Rabus, Silke: Buchmarkt in Zahlen. In: Anzeiger des österreichischen Buchhandels. Wien: November 2010. S. 26

³⁶⁹ Rabus: Buchmarkt 2010. S. 26

³⁷⁰ Hauptverband des Österreichischen Buchhandels (Hrsg.): Der Buchmarkt in Österreich. 2010. S. 2

³⁷¹ o.V.: Sonnenschein auf die Alpen. Österreichischer Buchhandel mit Umsatzzuwachs. Buchreport express. Nr. 28. 15. Juli 2010. S. 16

³⁷² Hauptverband: 2010. S. 2

von Kindern, sondern auch von Erwachsenen rezipiert wird. Dass jedoch der gesamte Buchmarkt einen Umsatzzuwachs für sich verbuchen konnte zeigt, dass sich die Branche trotz Krise behaupten konnte.

Claudia Wild nennt in ihrer Arbeit über den Buchmarkt in Österreich Strukturschwächen, die zu Veränderungen geführt haben. So weist der Buchhandel eine Konzentrationstendenz von Seiten des herstellenden Buchhandels sowie einen Rückgang der Exporte und die Verkleinerung beziehungsweise Auflassung literarischer Programme auf.³⁷³ Die Veränderungen lassen sich in drei Bereiche einteilen. Zum einen wird auf die Größe der Distributionskanäle des Buchhandels hingewiesen, zum anderen auf die Bedeutung der neuen Medien und letztlich auf die Tendenz zu Großflächenbuchhandlungen. Allerdings steht die Entwicklung zu Großflächen nicht unmittelbar in Zusammenhang mit Expansion und Marktkonzentration.

Im Vergleich zu anderen Einzelhandelsbranchen ist die Marktkonzentration im Buchhandel relativ gering.³⁷⁴ So lag der Umsatz der filialisierten Unternehmen 2008 bei 37,8%, was sich im Folgejahr nicht bedeutend steigerte (knapp 38%). Nicht filialisierte Buchhandlungen erwirtschafteten einen Umsatzanteil von 62%. Bezieht man den Internet-Buchhandel mit ein, so erwirtschafteten filialisierte Marktteilnehmer einen Umsatz von 32%, andere Anbieter 52,9% und der Internet-Buchhandel 15,1%. Der Internet-Buchhandel konnte ein Plus von 14% im Vergleich zum Vorjahr für sich verbuchen.³⁷⁵

Insgesamt gab es 2009 weniger Standorte als im Vorjahr, der Rückgang betrug 1,7%, da große Unternehmen unrentable Standorte abgebaut haben. Die stärksten Marktteilnehmer waren Thalia.at, Morawa, Libro und Tyrolia.

Die durchschnittlichen Preise für Bücher lagen im untersuchten Zeitraum (von Januar bis Oktober 2010) bei Hardcover- und Softcover-Titeln bei etwa 14,40€ und bei Taschenbüchern bei etwa 9,40€.³⁷⁶ Im Ganzen lag der Durchschnittspreis bei 12,72€ und war damit etwas höher als jener 2009, der bei 12,54€ lag. Dieser leichte Anstieg gleicht lediglich die Inflation aus.

³⁷³ Wild, Claudia: Buchmarkt in Österreich. Die Rahmenbedingungen für das österreichische Verlagswesen. Wien: 1993. S. 107

³⁷⁴ Traxler: Die länderübergreifende Buchpreisbindung. S. 41

³⁷⁵ Hauptverband (Hrsg.): BranchenReport Buchhandel in Österreich 2010. Erstellt von RegioPlan Consulting. Wien: 2010

³⁷⁶ Hauptverband des Österreichischen Buchhandels (Hrsg.): Der Buchmarkt in Österreich. 2010. S. 2

4.3.2. Verlage

In den Jahren von 1989 bis 2000 wurden etwa 216 neue Verlage gegründet. Ein wirklicher Durchbruch gilt als eher unwahrscheinlich, jedoch nicht gänzlich unmöglich. Relevanz dürfte von den neu gegründeten Verlagen lediglich der Wirtschaftsverlag Ueberreuter haben.³⁷⁷

Im Jahr 2000 gab es in Österreich 1 002 Verlage. Davon verfügten 85% über weniger als 50 lieferbare Titel. Im November 2009 gab es 1 484 Verlage in Österreich.³⁷⁸ Im Folgejahr ist die Zahl der Verlage mit 1 474 Verlagen etwas gesunken.³⁷⁹ Lediglich 110 österreichische Verlage haben mehr als 100 lieferbare Titel in ihrem Programm.³⁸⁰ Dies zeigt, dass das österreichische Verlagswesen vor allem aus klein- und mittelgroßen Betrieben besteht.

Im Ranking der 100 größten deutschsprachigen Verlage des Jahres 2010 belegen österreichische Verlage zwei Plätze. Der Ueberreuter-Verlag (71) sowie die Verlagsgruppe Styria (80) werden angeführt.³⁸¹

Auf Deutschland entfallen 95 Plätze, auf die Schweiz drei mit Diogenes, dem AT-Verlag AZ Fachverlage und Orell Füssli.

Die letzte Marktstudie zum Thema „Österreichisches Verlagswesen“ erfasste den Zeitraum zwischen 2005 und 2007. Sie ergab, dass die österreichischen Verlage 2007 einen Gesamtumsatz von etwa 100 Millionen Euro (ohne Schulbuch) erwirtschafteten. Der überwiegende Teil von 75 Millionen Euro stammte aus dem Inland, etwa 24 Millionen Euro aus dem Ausland.³⁸²

Im folgenden Teil finden die Statistiken der österreichischen Buchproduktion, die vom Hauptverband herausgegeben und auf Grund der Angaben der Österreichischen Bibliographie und den Auswertungen des Gesamtkatalogs des Österreichischen Bibliothekenverbundes zusammengestellt wurden, Verwendung. Diese verzeichnen die Neuerscheinungen von 1949 bis 2004 in 24 Sachgruppen unterteilt, seit 2004 wird zwischen 100 Sachgruppen unterschieden. Dieses Schema richtet sich nach der Dewey Decimal Classification und wird von den Nationalbibliographien in der Schweiz und

³⁷⁷ Panzer, Fritz/Scheipl, Elfriede: Buchverlage in Österreich. Marktteilnehmer – Buchproduktion - Umfeldbedingungen. Wien: 2001. S. 39

³⁷⁸ Hauptverband: Der Buchmarkt in Österreich. S. 4

³⁷⁹ laut Auskunft des Fachverbands der Buch- und Medienwirtschaft der Wirtschaftskammer. September 2010

³⁸⁰ Verzeichnis lieferbarer Bücher (VLB). 2009

³⁸¹ Branchenreport Magazin. April 2010

³⁸² Hauptverband: Marktstudie Österreichisches Verlagswesen. 2005-2007. Wien

Deutschland verwendet. Um einen Vergleich zu den Vorjahren zu ermöglichen, wird das aktuelle CCD Schema in 24 Gruppen übersetzt. Für Schulbücher gibt es ein eigenes Verzeichnis der Österreichischen Schulbücher.³⁸³

Gesamtproduktion 2000-2009

2000	4061
2001	4263
2002	4914
2003	keine Angaben
2004-2005	5262
2006	5169
2007	5526
2008	7060
2009	8195

Die Gesamtproduktion setzt sich aus Einzelwerken, Periodika und NBM (Nicht-Buch-Materialien)³⁸⁴, die im Buchhandel erschienen, zusammen. Die Statistik zeigt, dass die Produktion in den letzten zehn Jahren kontinuierlich angestiegen ist. Dies wiederum weist darauf hin, dass vermehrt Bedarf nach Büchern besteht und nach wie vor gerne gelesen wird. Die Weltwirtschaftskrise 2008 brachte interessanterweise keinen Einbruch, denkbar wäre, dass man sich vermehrt Informationen aus Büchern und nicht von Experten aneignet und statt kostspieliger Freizeitaktivitäten liest.

Für die genaue Analyse bietet sich ein Vergleich der letzten beiden erfassten Jahre an. 2008 verzeichnete die Österreichische Bibliographie 9053 Novitäten. Davon erschienen 7060 im Buchhandel und 1993 außerhalb des Buchhandels, die Buchgemeinschaftsausgaben inkludiert. Damit erschienen bei allen Neuerscheinungen 548 Titel mehr als im Vorjahr, bei jenen im Buchhandel waren es 1534 Titel, was einen Zuwachs von 27,76% bedeutet.

2009 gab es, laut der Österreichischen Bibliographie, 10 253 neue Publikationen, davon erschienen 8195 im Buchhandel und 2058 außerhalb. Die Anzahl der Neuerscheinungen stieg im Vergleich zum Vorjahr um 16,08%, es wurden 1135 Titel mehr produziert.

³⁸³ Hauptverband (Hrsg.): Statistiken der Österreichischen Buchproduktion. 2000-2009

³⁸⁴ beispielsweise elektronische Ressourcen; E-Books, CD-Roms, DVD's, Spiele, Mikromaterialien

Die Entwicklung innerhalb der Sachgruppen ist von Bedeutung, da sie zeigt, dass die Schöne Literatur (Sachgruppe 8) seit Jahren einen Zuwachs für sich verbuchen kann. Daraus lässt sich schließen, dass der Bedarf an unterhaltender Literatur vorhanden bzw. gestiegen ist. Im Vergleich zu 2007 sind 16 Sachgruppen angewachsen und 4 geschrumpft. Das stärkste Wachstum ist bei den Sachgruppen Schöne Literatur (SGR 8), Politik, Militär (SGR 6) und Religion, Theologie (SGR 2) zu verzeichnen. Die größten Rückgänge hatten die Sachgruppen Mathematik, Informatik (SGR 19) und Sprach- und Literaturwissenschaft (SGR 7). Das verstärkte politische Interesse lässt sich aus den Umwälzungen der Weltwirtschaft und Weltpolitik erklären. Damit steht auch das verstärkte Interesse an Religion in Zusammenhang, da in Krisenzeiten eine Rückbesinnung auf althergebrachte Werte stattfindet.

2008 gab es die meisten Neuerscheinungen in den Sachgruppen Schöne Literatur mit 1695 Titeln, Recht, Verwaltung (SGR 4) und Bildende Kunst, Kunstgewerbe, Architektur (SGR 12). Dies weist auf verstärktes Interesse für Weiterbildung in persönlichem und beruflichen Umfeld hin, möglicherweise auch, im Expertenmeinungen einstudieren zu können.

2009 änderte sich daran wenig, an der Spitze fanden sich die Sachgruppen Schöne Literatur, Bildende Kunst und Recht, Verwaltung. Dase verstärkte Interesse an der Sachgruppe Bildende Kunst weist zum einen auf den im Moment stattfindenden Kunstboom hin, andererseits auf die Bemühungen vieler Personen, sich neues Wissen anzueignen.

Im gesamtdeutschsprachigen Raum erscheinen jährlich in etwa 110 000 neue Titel.

4.3.3. Ausgewählte Vertriebswege

Die Statistik Austria führte im Jahr 2001 eine Arbeitsstättenzählung durch, die ergab, dass der Bereich Literatur, Verlagswesen und Printmedien aus 2 316 Unternehmen besteht. Etwa die Hälfte davon sind Ein-Mann-Betriebe. 2001 waren 6 020 Personen im Bereich der Verlage (Buch- und Zeitungsverlage) sowie als AutorInnen und JournalistInnen beschäftigt. 3 493 im Einzelhandel und 4 446 in der Herstellung.³⁸⁵ 2008 gab es in Österreich 1 197 Buchhandlungen, davon etwa 450 Vollsortimente.

³⁸⁵ Hauptverband: Der Buchmarkt in Österreich. S. 5

Die Analyse „Buchverlage in Österreich“ von Panzer und Scheipl nennt lediglich zwei Vertriebswege, den stationären Buchhandel und den Versandbuchhandel.³⁸⁶ Es wurden keine Daten zur umsatzmäßigen Verteilung angeführt. Der im Auftrag des HVB herausgegebene Branchenreport „Buchhandel in Österreich“ hingegen unterscheidet den Stationären Buchhandel (89%), den Internet- und Versandbuchhandel (8%) sowie den Sonstigen Stationären Handel (3%).³⁸⁷ Die vorliegende Arbeit behandelt den Zwischenbuchhandel, das Sortiment sowie den Versandbuchhandel, die Buchgemeinschaften und den Direktverkauf, da sich diese Vertriebswege für einen Vergleich anbieten.

4.3.3.1. Zwischenbuchhandel

In den 90er Jahren wurden die österreichischen Buchhandlungen zu etwa 70 bis 80% von den vier größten Auslieferungen beliefert. Diese waren Lechner & Sohn, Mohr-ZG, Hain und Morawa.³⁸⁸ Der Rest teilte sich auf kleinere oder deutsche Auslieferungen und Barsortimente auf. 1997 stellte Lechner & Sohn den Betrieb ein, was Veränderungen zur Folge hatte. Deutsche Verlage wie Fischer und Rowohlt entschieden sich, direkt oder über deutsche Auslieferungen zu liefern. Außerdem gewannen Barsortimente an Bedeutung. 1992 fusionierten die Mohr-ZG und Morawa, sie operieren als Barsortiment und sind die größte Buchauslieferung Österreichs. Zusammen mit Hain sind sie Marktführer. Die Firma Medienlogistik Pichler - ÖBZ ist erwähnenswert, da sie vor allem bei der Schulbuchauslieferung von Bedeutung ist.³⁸⁹

Aus dieser Konzentration ergeben sich Schwierigkeiten für kleine Verlage, geeignete Partner zu finden. Vergleicht man jedoch die österreichische mit der Situation in Deutschland oder England, so sind die österreichischen Kleinverlage in den Sortimenten relativ gut vertreten.

Kleine österreichische Auslieferungen sind zumeist auf ein Fachgebiet spezialisiert. Der Zwischenbuchhandel garantiert, dass bestellte Bücher schnell in die Buchhandlungen und damit schnell an die Konsumenten geliefert werden können.

³⁸⁶ Panzer/Scheipl: Buchverlage in Österreich.

³⁸⁷ Hauptverband des Österreichischen Buchhandels (Hrsg.): Branchenreport Buchhandel Österreich. Wien: 2006

³⁸⁸ Panzer/Scheipl: Buchverlage in Österreich. S. 181

³⁸⁹ Buchacher/Steuer: Die österreichische Verlagsbranche. S. 33

4.3.3.2. *Sortimentsbuchhandel*

Seit 1992 ist die Anzahl der Buchhandlungen gesunken, jedoch nicht in allen Bundesländern gleichermaßen. Weniger Buchhandlungen gibt es in Niederösterreich, Oberösterreich und der Steiermark, mehr in Kärnten, Tirol und dem Burgenland.

Die Zahlenlage ist auch hier nicht eindeutig, so nennt Heinold 1 852 Buchhandlungen für Österreich, der Regio Plan hingegen lediglich 1 115 Buchhandlungen im Jahr 2007.³⁹⁰

Unabhängige Buchhandlungen müssen sich gegen die Marktmacht der großen Anbieter durchsetzen. Jedoch gibt es erfolgreiche Kleinunternehmen, die sich durch Spezialisierungen hervorheben.

Zusammenfassend lässt sich ein Konzentrationsprozess im österreichischen Buchhandel festhalten. Dieser wurde zunächst von der Handelskette Libro, die massiv Marktanteile verloren hat und danach von Thalia forciert. Jedoch scheint auch Thalia zu erkennen, dass der Markt gesättigt ist und schließt unrentable Filialen. Die Zeit der Neueröffnungen scheint vorbei zu sein.

4.3.3.3. *Versandbuchhandel und Buchgemeinschaften*

Der Versandbuchhandel kann sowohl die Aufgaben des Zwischenbuchhandels als auch jene des traditionellen Buchhandels übernehmen. Der Internetbuchhandel ist eine Form des Versandbuchhandels, die immer höhere Marktanteile hinzugewinnt. Wurden 1995 6,7% des Gesamtumsatzes dem Versandbuchhandel zugerechnet, sind es 1999 bereits 7,3%.³⁹¹ Es ist zu vermuten, dass der Umsatz in den letzten Jahren weiter gestiegen ist.

Eine Besonderheit von Buchgemeinschaften ist, dass ihre Titel von der Buchpreisbindung ausgenommen sind, da ihr Sortiment ausschließlich aus Lizenzausgaben regulärer Titel besteht. Buchgemeinschaften verfügen in der Regel über eine beschränkte Auswahl von gut verkäuflichen Titeln, die im Sortimentsbuchhandel bereits zu einem früheren Zeitpunkt erhältlich waren. Durch die geringe Titelmenge können kostengünstig hohe Auflagen produziert werden. Da Mitglieder zumindest einen Titel pro Quartal erwerben müssen, kann die Buchgemeinschaft mit einem festen

³⁹⁰ Heinold, Wolfgang Erhardt: Bücher und Buchhändler. Edition Buchhandel. Frankfurt am Main: 2007. S. 20; Wild: Buchmarkt in Österreich. S. 101

³⁹¹ Buchacher/Steuer: Die österreichische Verlagsbranche. S. 34

(Mindest-)Umsatz kalkulieren. Die Programme sind in der Regel übersichtlich gestaltet und in Sachgruppen unterteilt, sodass sich der uninformierte Leser rasch einen Überblick verschaffen kann.

Die Idee hinter Buchgemeinschaften war, Bücher einer größeren Leserschaft zu einem erschwinglichen Preis zugänglich zu machen.³⁹² Doch spielten immer wieder auch weltanschauliche Ideen eine Rolle, wie beispielsweise bei der „Buchgemeinde“ der KPÖ oder die „Büchergilde Gutenberg“ des ÖGB. Marktführer in Österreich ist die Buchgemeinschaft Donauland, die von Bertelsmann übernommen wurde. In seiner stärksten Zeit hatte Donauland beinahe eine Million Mitglieder.³⁹³

Die folgende Statistik zeigt die Anzahl der neuen Buchgemeinschaftsausgaben von 2002 bis 2007.³⁹⁴

2002	627
2003	624
2004	764
2005	844
2006	430
2007	708

Im Durchschnitt (2004 bis 2007) wurden jährlich 691 Buchgemeinschaftsausgaben gemacht. In den Jahren 2002 und 2003 blieb die Zahl der verzeichneten Ausgaben konstant, in den folgenden zwei Jahren stieg sie an. Der starke Abfall von 2005 auf 2006 könnte zum einen mit den wirtschaftlichen Problemen von Buchgemeinschaften allgemein in Zusammenhang stehen, zum anderen kommt sie vermutlich durch die vorgezogene Verzeichnung der Neuerscheinungen des Winterquartals 2005/2006 zustande.

In den letzten Jahren haben Buchgemeinschaften in Österreich massiv Marktanteile verloren. Im März 2010 schloss die Direct Group Bertelsmann die Zentrale und sämtliche Filialen in Österreich, Donauland soll als reine Katalogbuchhandlung von Deutschland aus mit betrieben werden.³⁹⁵

³⁹² Traxler: Die länderübergreifende Buchpreisbindung. S. 35

³⁹³ Panzer/Scheipl: Buchverlage in Österreich. S. 196

³⁹⁴ Hauptverband (Hrsg.): Statistiken der Österreichischen Buchproduktion. 2002-2009

³⁹⁵ http://www.buecher.at/show_content.php?sid=124&detail_id=2331; 22.08.2010

4.3.3.4. Direktverkauf

Zu den Direktverkäufen in Österreich liegen keine aktuellen Zahlen vor. 1995 wurden ihm 14,7% des Gesamtumsatzes und 1999 16,7% zugerechnet.³⁹⁶

Auf Grund der Kleinteiligkeit des Marktes ist davon auszugehen, dass die Direktverkäufe in diesem Prozentbereich geblieben und nicht weiter angestiegen sind.

4.3.4. Förderungen in Österreich

Die Literaturförderung in Österreich umfasst drei Teilbereiche. Diese sind die Förderung von Vereinen und literarischen Veranstaltungen, die Verlagsförderungen und Förderungen einzelner Personen. Besonders interessant ist die Verlagsförderung des Bundes, die seit 1992 existiert.³⁹⁷ Ziel der Förderung ist es, die österreichischen Verlage zu stärken und eine Vielfalt an Titeln zu ermöglichen.³⁹⁸ Für die Inanspruchnahme müssen bestimmte Kriterien erfüllt werden: Der Verlag veröffentlicht mindestens fünf selbstständige Titel pro Jahr, die der internationalen Vertriebspraxis entsprechen.³⁹⁹ Weiters benötigen die Verlage einen österreichischen Gewerbeschein. Der Firmensitz muss in Österreich sein ebenso wie die Geschäftsführung und der wirtschaftliche Mittelpunkt. Des Weiteren kann die Förderung erst drei Jahre nach Verlagsgründung beantragt werden.⁴⁰⁰ Pro Förderungstranche können folgende Beträge pro Verlag zugesprochen werden: 9.100€, 18.200€, 27.300€, 36.400€, 45.500€ oder 54.600€. Insgesamt können höchstens 163.800€ pro Jahr und Verlag vergeben werden.

Das österreichische Verlagswesen wird, im Vergleich zu anderen europäischen Ländern, sehr stark vom Staat subventioniert. Dies ist meiner Ansicht nach positiv zu beurteilen, da die Vielfalt der Verlagsprogramme gefördert wird. Projekte, die andernfalls nicht möglich wären, können realisiert werden. Die Verlagsförderung ist eine wichtige wirtschaftliche Komponente für das Weiterbestehen von österreichischen Verlagen.

³⁹⁶ Buchacher/Steier: Die österreichische Verlagsbranche. S. 34

³⁹⁷ Panzer/Scheipl: Buchverlage in Österreich. S. 222

³⁹⁸ http://www.bmukk.gv.at/kunst/glossar_u_z.xml; 05.06.2010

³⁹⁹ Das bedeutet, dass sie eine ISBN Nummer haben und im VLB gelistet sind.

⁴⁰⁰ http://www.bmukk.gv.at/kunst/glossar_u_z.xml; 05.06.2010

4.3.5. Übersetzungen

2009 wurden 780 Übersetzungen aus 37 Sprachen veröffentlicht, wobei belletristische Titel mit 542 Titeln (69,4%) am häufigsten übersetzt wurden, die Kinder- und Jugendliteratur bereits miteinbezogen.⁴⁰¹ Das liegt vermutlich daran, dass in dieser Sachgruppe Inhalte unabhängig vom Entstehungsort vermittelt werden können und Autoren über ihren Sprachraum hinaus bekannt sind.⁴⁰² Im Gegensatz dazu stehen Fachbücher, welche für einen speziellen Bedarf produziert werden, wie etwa juristische Fachliteratur.

An zweiter Stelle steht die Sachgruppe Philosophie, Psychologie, Esoterik (SGR 3) mit 46 Übersetzungen. Die hohe Anzahl an Übersetzungen aus diesem Gebiet lässt sich daraus erklären, dass die bekannten Autoren dieser Bereiche Amerikaner sind, wie beispielsweise Joseph Murphy (*Die Macht Ihres Unterbewusstseins*), Daniel Goleman (*EQ. Emotionale Intelligenz*) oder Rhonda Byrne (*The Secret*).

An dritter Stelle folgt die Sachgruppe Musik, Theater, Film, Radio, Fernsehen (SGR 13) mit 32 Übersetzungen.

Im Vergleich zu 2008 bedeutete dies einen Anstieg von 253 übersetzten Titeln, denn es wurden 527 Titel aus 30 Sprachen übertragen. In diesem Jahr gab es ebenfalls die meisten Übersetzungen aus der Sachgruppe Schöne Literatur, jedoch erfolgte ab diesem Zeitpunkt die Auswertung dieser Sachgruppe gemeinsam mit der Kinder- und Jugendliteratur, da diese auf Grund eines geänderten Dateiformats nicht mehr getrennt ausgewiesen wurde. An zweiter Stelle lag, wie auch 2009, die Philosophie, Psychologie, Esoterik (SGR 3).

Die Untersuchungen aus dem Jahr 2007 weisen die Schöne Literatur und Kinder- und Jugendliteratur noch getrennt aus. 38,29% der übersetzten Titel stammten aus der Belletristik, etwa 14% aus dem Bereich der Kinder- und Jugendliteratur.⁴⁰³ Vergleicht man nun diese Daten mit jenen aus 2009 so wurden mehr belletristische Titel übersetzt, jedoch lässt sich nicht festhalten, welcher Prozentsatz dabei der Kinder- und Jugendliteratur zukommt.

Wenig überraschend stammten die meisten Übersetzungen aus dem Englischen mit einem Anteil von über 67%. An zweiter und dritter Stelle folgen Französisch mit etwa

⁴⁰¹ Hauptverband (Hrsg.): Statistiken der Österreichischen Buchproduktion. 2009

⁴⁰² Hauptverband des Österreichischen Buchhandels (Hrsg.): Der Buchmarkt in Österreich. Wien: 2010. (http://www.buecher.at/rte/upload/pdf/buchwirtschaft_in_sterreich_2010.pdf; 11.11.2010) S. 4

⁴⁰³ Hauptverband des Österreichischen Buchhandels (Hrsg.): Statistik der österreichischen Buchproduktion 2004 und 2005. Wien: 2006. S. 7

8% und Schwedisch mit etwa 3,5%.⁴⁰⁴ Hier hat eine Veränderung stattgefunden, denn zwei Jahre zuvor stammten etwa 10% der Übersetzungen aus dem Französischen und 10% aus dem Italienischen.⁴⁰⁵ In Österreich erschienen 2009 8 195 Titel, von denen 807 Bücher Übersetzungen waren. Der Hauptanteil der Novitäten ist auch im Original Deutschsprachig.

4.4. Kinder- und Jugendbuchmarkt in Österreich

2005 wurden am deutschen Markt 89 869 Titel veröffentlicht. Der Anteil von Kinder- und Jugendliteratur daran betrug 7,2%, das entspricht 6 470 Titeln.

In Österreich erschienen 2005 5 187 Einzelwerke, wovon 323 Titel Kinder- und Jugendbücher (SGR 9) waren.⁴⁰⁶ Diese Zahl veranschaulicht, dass mehr Kinder- und Jugendbücher in Deutschland pro Jahr veröffentlicht werden als die Gesamtproduktion in Österreich betrug.

Die folgende Statistik zeigt die Gesamtproduktion von Kinder- und Jugendbüchern (SGR 9) in den Jahren von 2000 bis 2007. Ab 2008 wurde die Sachgruppe 9 zusammen mit der Belletristik ausgewertet, daher ist sie nicht weiter erwähnt (vgl. auch Kap. 4.3.5).

2000	277
2001	348
2002	363
2003	k.a.
2004/2005	323
2006	337
2007	338

Damit ist die Buchproduktion der letzten Jahre relativ konstant mit einem kleinen Einbruch nach 2002. Es dürfte sich um eine natürliche Schwankung gehandelt haben, denn die Herstellung pendelte sich in den Folgejahren wieder ein.

⁴⁰⁴ Hauptverband: Statistik 2008 und 2009. S. 4

⁴⁰⁵ Hauptverband: Statistik 2004 und 2005: S. 3

⁴⁰⁶ Hauptverband (Hrsg.): Statistiken der Österreichischen Buchproduktion. 2004-2005

Wie bereits im vorangegangenen Kapitel erläutert, gibt es gerade im Kinder- und Jugendbuchbereich anteilmäßig viele Übersetzungen. Die Gründe sind vielfältig, vermutlich aber stehen sie in Zusammenhang mit bekannten Autoren, welche über ihren Sprachraum hinaus bekannt sind und Figuren schaffen, mit denen sich ein weiter Leserkreis identifizieren kann. Aktuelle Beispiele sind Jonathan Stroud (Bartimäus) und Stephenie Meyer (Bis(s)-Serie).

Von den 338 im Jahr 2007 veröffentlichten Kinder- und Jugendbüchern waren 35 Titel Übersetzungen. Diese stammen zum größten Teil aus dem Englischen (10 Titel), gefolgt von Französisch (5 Titel) und Slowenisch (2).⁴⁰⁷ 18 Titel wurden anderen Sprachen zugerechnet.

2006 wurden mit 337 Büchern beinahe gleich viele Kinder- und Jugendbücher produziert wie im darauf folgenden Jahr. Jedoch verteilte sich der Anteil der Übersetzungen ein wenig anders. Die Anzahl der Titel, die aus dem Englischen und Französischen übertragen wurde, ist die gleiche wie 2007, ein Titel wurde aus dem Slowenischen übersetzt. Jedoch gab es 2006 auch drei Titel, die aus dem Italienischen übersetzt wurden. 18 Titel fallen auf andere Sprachen.

Etwa 150 Verlage in Österreich verfügen über mehr als 50 Titel im Programm, wovon allerdings nur wenige Kinder- und Jugendbücher sind.

Zwei österreichische Verlage erscheinen mir besonders hervorhebenswert. Zum einen ist dies der Ueberreuter Verlag, der etwa 300 Novitäten pro Jahr veröffentlicht und der größte private Publikumsverlag Österreichs ist.⁴⁰⁸ Zum anderen der Jungbrunnen Verlag, der es trotz geringer personeller Größe geschafft hat, sich im allgemeinen Bewusstsein zu verankern. Dies gelang durch Titel wie *Das kleine Ich bin Ich* von Mira Lobe. Kaum jemand, der keines der Bücher aus dem Programm des Verlags kennt.

Der Ueberreuter Verlag veröffentlicht rund 300 Novitäten pro Jahr und ist größte private Publikumsverlag in Österreich. Auf der Liste der 100 größten deutschsprachigen Verlage belegt er zurzeit Platz 70. Er wurde 1946 von Thomas F. Salzer gegründet. Das Unternehmen befindet sich noch immer in Familienbesitz. Das Programm lässt sich in die Bereiche Sachbuch, Kinder- und Jugendbuch, Bilderbuch (Annette Betz, Lappan Bilderbuch), Humor (Lappan), Fantasy (otherworld) und modernes Antiquariat (tosa) unterteilen. 1972 kaufte Ueberreuter den Münchner Annette Betz Verlag. Das Verlagsprogramm reicht von Bilderbüchern über Kinderbücher, Erstlesereien

⁴⁰⁷ Hauptverband (Hrsg.): Statistiken der Österreichischen Buchproduktion. 2007

⁴⁰⁸ <http://www.ueberreuter.at/index.php?ueber=J&content=10&sub=1&linknr=10>; 08.06.2010

(Lesebiene), Sagen, Märchen und Klassikern bis hin zu fantastischer Literatur mit Autoren wie Wolfgang Hohlbein, C.S. Lewis oder Nina Blazon.⁴⁰⁹

Jährlich erscheinen in etwa 120 Kinder- und Jugendbücher, wobei 80% in Deutschland und 20% in Österreich verkauft werden. Die erfolgreichsten Titel der vergangenen Jahre sind die musikalischen Bilderbücher, *Die Zauberflöte* von Marko Simsa wurde 100 000 Mal verkauft und ist damit das erfolgreichste. Außerdem verlegt Ueberreuter Bilderbücher zu Themen wie Adoption und Krankheit. Irmgard Harrer, Programmleiterin Annette Betz, Ueberreuter Kinder- und Jugendbuch, und Otherworld, sieht als Trend für die Zukunft die Richtung Sachbuch.⁴¹⁰

Der Jungbrunnen Verlag wurde 1923 gegründet.⁴¹¹ Einige Titel sind zu Klassikern geworden, wie beispielsweise *Die Omama im Apfelbaum* und *Das kleine Ich bin ich* von Mira Lobe oder die „Stanislaus“ Bücher von Vera Ferra-Mikura. Manche Bücher sind übersetzt, so ist *Die Omama im Apfelbaum* beispielsweise in 21 Sprachen erschienen.⁴¹² Dies ist, eingedenk der relativ geringen Größe des Verlags, eine außergewöhnliche Leistung.

4.5. *Leserforschung*

4.5.1. Allgemein

Die Mediennutzung in Österreich hat in den letzten Jahren zugenommen.⁴¹³ Auch der Computerbesitz ist angestiegen, 2009 verfügten 75% der Haushalte über einen Rechner, 2002 waren es lediglich 49%.⁴¹⁴

2009 verfügten 70% der befragten Haushalte über einen Internetzugang.⁴¹⁵ Wurden 1997 noch 40 Minuten zum Lesen aufgewendet, sind es 2009 zehn Minuten weniger.⁴¹⁶

⁴⁰⁹ <http://www.ueberreuter.at/index.php>; 08.06.2010

⁴¹⁰ Interview mit Irmgard Harrer und der Verlagsgruppe Ueberreuter. In: Economy 2010

⁴¹¹ <http://www.jungbrunnen.co.at/company.py>; 08.06.2010

⁴¹² <http://www.jungbrunnen.co.at/company.py>; 08.06.2010

⁴¹³ Zwischen 1987 und 1996/1997 verfünffachte sich die Nutzung von Medien wie beispielsweise Radio und Fernsehen.

⁴¹⁴ http://www.statistik.at/web_de/statistiken/informationsgesellschaft/ikt-einsatz_in_haushalten/index.html; 14.09.2010

⁴¹⁵ http://www.statistik.at/web_de/statistiken/informationsgesellschaft/ikt-einsatz_in_haushalten/index.html; 14.09.2010

⁴¹⁶ Panzer/Scheipl: Buchverlage in Österreich. S. 203; Hauptverband des Österreichischen Buchhandels, Börsenverein des Deutschen Buchhandels, Schweizer Buchhändler- und Verlegerverband (Hrsg.): Das Buch im Medienportfolio. Mediennutzungstypen unter Berücksichtigung des Buches in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Juni 2009. S.1

Deutsche, Österreicher und Schweizer zählen zu den starken Nutzern von Medien. Sie verbringen im Durchschnitt mehr als 10 Stunden mit den Massenmedien Internet, Fernsehen, Radio, Buch, Zeitung oder Hörbuch. Dreißig Minuten davon werden zum Lesen von Büchern aufgewendet, nach Internet und Fernsehen gilt das Buch als das drittwichtigste Medium im deutschsprachigen Raum.⁴¹⁷ 17% geben an, dass sie auf Bücher nicht verzichten können, 18% wollen das Buch „nicht missen“.⁴¹⁸ Am liebsten werden Krimis gelesen, danach folgt das Sachbuch und an dritter Stelle rangieren Koch- und Backbücher. Mit elf Büchern pro Jahr werden in Österreich die meisten Bücher gelesen.

Eine Erhebung der Statistik Austria aus dem Jahr 2007 hat ergeben, dass etwa ein Viertel der 25- bis 64-Jährigen im letzten Jahr kein Buch gelesen hat. 26,5% haben ein bis drei Bücher, etwa ein Fünftel (18,6%) vier bis sieben Bücher gelesen. Ein Achtel (11,9%) acht bis zwölf Titel und ein Sechstel (17,4%) las mehr als zwölf Bücher im vergangenen Jahr.

Auch Studien aus England, Deutschland und der Schweiz haben gezeigt, dass Frauen mehr lesen als Männer. 31,7% der Männer, das entspricht etwa einem Drittel, geben an, kein Buch gelesen zu haben, während dies nur 18,8% der Frauen tun. Mit 22,4% lesen Frauen öfter mehr als zwölf Titel. Die Untersuchung des Alters hat keine nennenswerten Ergebnisse gebracht. Bereits in einer der ersten Untersuchungen zur Leserforschung in Österreich wurde festgestellt, dass die Ausbildung beim Leseverhalten eine große Rolle spielt.⁴¹⁹ So hat etwa die Hälfte der Pflichtschulabsolventen in der Freizeit kein Buch gelesen, bei Personen mit Lehrabschluss war es etwa ein Drittel.⁴²⁰

16,9% der Personen mit einem mittleren Abschluss haben nicht gelesen, bei jenen mit AHS/BHS Abschluss waren es 8,2%, von Personen mit Universitäts- oder Fachhochschulausbildung lesen 4,7% nicht.⁴²¹ Frauen lesen vor allem Belletristik, Männer informationsorientierte Titel.

⁴¹⁷ Hauptverband: Das Buch im Medienportfolio. S. 2f

⁴¹⁸ Hauptverband: Das Buch im Medienportfolio. S. 2

⁴¹⁹ Meyer-Dohm, Peter/Strauß, Wolfgang (Hrsg.): Buch und Leser in Österreich. Eine Untersuchung des Instituts für empirische Sozialforschung Wien. Hamburg: 1974. S. 48ff

⁴²⁰ Statistik Austria (Hrsg.): Erwachsenenbildung. Ergebnisse Adult Education Survey (AES). Wien: 2007. S. 58

⁴²¹ Statistik Austria (Hrsg.): Erwachsenenbildung. Ergebnisse Adult Education Survey (AES). Wien: 2007. S. 58

4.5.2. Kinder und Jugendliche

Das Lektüreverhalten von Jugendlichen und Erwachsenen weicht voneinander ab. Studien der Leserforschung belegen das altersspezifische Leseverhalten. In der Altersgruppe der 8- bis 14jährigen lesen 35% täglich in der Freizeit. Bei den 14- bis 19jährigen sind es 15%.⁴²²

Jugendliche lesen etwa 49 Minuten täglich, Erwachsene 34 Minuten. Diese Angaben beziehen allerdings Schulaufgaben mit ein. 31% der 14 bis 19jährigen lesen privat keine Bücher, 47% geben an, dass sie ungern lesen.⁴²³ Jugendlichen steht ein vielfältiges Medienangebot zur Verfügung, insbesondere das Internet (Computerspiele) nimmt eine wichtige Rolle ein. Dennoch sind die Buchkäufe konstant, mehr als die Hälfte der Jugendlichen erwarben 2007 ein Buch. Auch in Österreich wird der Lesesozialisation in Familie eine wichtige Rolle zugesprochen.⁴²⁴

Lebensalter, Schichtzugehörigkeit und Einkommen, Beruf und Bildungsstand der Eltern, Kommunikationsverhalten, Erziehung und Mediennutzung der Eltern sowie Milieu und Wohnverhältnisse.⁴²⁵

Die folgenden Punkte gelten als die wichtigsten Faktoren der Lesesozialisation. Obwohl die Schule der Ort des Erwerbs der Lesefähigkeit ist, wird den sozialen Bedingungen eine relevante Funktion zugesprochen.

4.5.3. Leseförderung

In Österreich gibt es mehrere Projekte zur Leseförderung. Eines davon ist das Servicecenter Leseförderung. In Kooperation mit Buchhändlern, Verlegern und Autoren organisiert der Fachverband Buch- und Medienwirtschaft unter anderem Lesereisen.⁴²⁶

Das Thema Lesen und die Leseförderung soll medial stärker präsentiert werden.

Seit 1971 wird der Geburtstag von Hans Christian Andersen als „Andersentag“ gefeiert. Dieser wird vom Hauptverband des Österreichischen Buchhandels organisiert, der jährlich eine Anthologie für Kinder herausgibt.⁴²⁷ Seit 1995 wird der 23. April als

⁴²² Panzer/Scheipl: Buchverlage in Österreich. S. 205f

⁴²³ Panzer/Scheipl: Buchverlage in Österreich. S. 206f

⁴²⁴ Meyer-Dohm/Strauß: Buch und Leser in Österreich. S. 55

⁴²⁵ Panzer/Scheipl: Buchverlage in Österreich. S. 215

⁴²⁶ <http://www.buchwirtschaft.at/Index.aspx?main=2&sub=0&id=97>; 22.08.2010

⁴²⁷ <http://www.andersentag.at>; 22.08.2010

Welttag des Buches gefeiert.⁴²⁸ 2010 haben Buchhandlungen, nach spanischem Vorbild, an diesem Tag rote Rosen an Kunden verschenkt.

Konkrete Auswirkungen dieser Aktionen festzuhalten, erweist sich als schwierig, da diese zahlenmäßig nicht erfasst werden. Erwartet wird, dass durch Leseförderungs- und Werbeaktionen ein verstärktes Interesse an Büchern sowie einen gesteigerten Umsatz im Buchhandel entsteht. Gerade Konzepte wie der „Welttag des Buches“ oder der „Andersentag“ sind darauf ausgelegt, dass Kunden Buchhandlungen besuchen. Durch die Herausgabe einer kostenlosen Anthologie oder einer Blume entsteht ein Mehrwert für den Konsumenten, der weiters die Bindung zur Buchhandlung verstärken soll.

4.6. Export und Import

Der österreichische Buchmarkt bezieht etwa 68,9% der Ware aus Deutschland. Umgekehrt hingegen importiert Deutschland durchschnittlich 1,2% der Titel aus Österreich. Diese Zahlen wurden in den Jahren 2000 bis 2005 ermittelt.⁴²⁹ Österreich importiert weit mehr Bücher, als es exportiert. 2006 war der Wert der importierten Verlagserzeugnisse etwa fünf Mal so hoch wie jener der exportierten.⁴³⁰

Der Gesamtumsatz, welcher 2007 von österreichischen Verlagen erzielt wurde lag bei etwa 100 Millionen Euro. Davon wurden 75 Millionen Euro in Österreich und 25 Millionen im Ausland umgesetzt.⁴³¹

Die Schweiz importiert ebenfalls einen Großteil der Bücher aus Deutschland. 2006 und 2007 bezogen sie mehr Bücher als Österreich aus Deutschland. Dies änderte sich geringfügig 2008, als der österreichische Buchhandel Titel im Wert von etwa 290 Millionen Euro importierte und die Schweiz für 265 Millionen Euro. Insgesamt gesehen gingen die Importsummen jedoch zurück, in Österreich um 6,6%, in der Schweiz um 4,1%.⁴³²

Durch die geringe Größe des österreichischen Buchmarkts werden die meisten Titel importiert. Der österreichische Markt greift auf ausländische Verlagserzeugnisse zurück, da ein Großteil der massenkompatiblen Autoren in deutschen Verlagen

⁴²⁸ http://www.welttag-des-buches.at/site/fs_b.html; 22.08.2010

⁴²⁹ Hanreich/Kuschej/Grohall/Reis: Buchpreisregelungen in Europa als Mittel der Kulturpolitik. S. 92

⁴³⁰ Hanreich/Kuschej/Grohall/Reis: Buchpreisregelungen in Europa als Mittel der Kulturpolitik. S. 93

⁴³¹ Hauptverband des Österreichischen Buchhandels (Hrsg.): Marktstudie Österreichisches Verlagswesen 2005-2007. Wien: 2010. S. 5

⁴³² o.V.: Österreich ist wichtigstes Abnahmeland für deutsche Bücher.

(http://www.buecher.at/show_content.php?sid=94&detail_id=3100; 01.09.2010)

publiziert. Erstaunlich ist jedoch, dass die Schweiz, als vergleichsweise noch kleineres Land, beinahe gleich viele Titel importiert als Österreich. Jedoch gilt es zu Bedenken, dass die Titeleigenproduktion der Schweiz geringer ist als jene in Österreich, woraus sich ergibt, dass der Buchmarkt in der Schweiz verstärkt mit Titeln aus dem Ausland versorgt wird.

4.7. Interessensvertretungen

4.7.1. Hauptverband des Österreichischen Buchhandels

Der „Hauptverband des Österreichischen Buchhandels“ (HVB) wurde 1859 ins Leben gerufen. Er ist unabhängig und die Mitgliedschaft ist freiwillig. Die Mitglieder setzen sich aus Buchhandlungen, Verlage, Antiquariate, Vertreter und Grossisten zusammen.⁴³³ Deren Interessen werden auf Landes-, Bundes- und EU-Ebene vertreten. Der Hauptverband ist zuständig für die Vergabe der ISBNs und der Verkehrsnummern für Unternehmen. Außerdem bietet der Hauptverband steuerliche und rechtliche Beratungen an, sowie bibliographische Informationen, Recherche von internationalen ISBNs und Informationen zum Titelschutz. Der Hauptverband gibt das Monatsmagazin „Anzeiger“ sowohl als Printversion als auch Online heraus. Es werden Weiterbildungsseminare angeboten, wie beispielsweise für Jungbuchhändler die Seminarwoche „Rund ums Buch“ in Strobl. Außerdem organisiert der Hauptverband die Gemeinschaftsstände bei den Buchmessen in Frankfurt, Leipzig, London und Jerusalem und seit 2010 die BuchWien (vgl. Kap. 4.8).⁴³⁴ Der Hauptverband ist weiters mit dem Marketing für Bücher und Literatur in Österreich betraut. Er organisiert den Andersentag und den Welttag des Buches. Weiters werden die Auszeichnungen „Die schönsten Bücher Österreichs“, „Das Goldene Buch“ und das „Platinbuch“ vergeben.⁴³⁵

4.7.2. Fachverband Buch- und Medienwirtschaft der Wirtschaftskammer

Der Fachverband der Buch- und Medienwirtschaft ist die bundesweite gesetzliche Interessensvertretung der Buchhändler, Verleger, Auslieferungen und Pressevertriebe.

⁴³³ http://www.buecher.at/show_content.php?hid=17; 08.10.2010

⁴³⁴ http://www.buecher.at/show_content2.php?s2id=385; 08.06.2010

⁴³⁵ http://www.buecher.at/show_content.php?sid=4; 08.06.2010

Der Fachverband ist in Fachgruppen, die bundesländerspezifisch agieren, unterteilt. Diese bieten Beratungen und Service in Bezug auf unternehmerische Belange an.⁴³⁶ Sie setzen sich für die Einhaltung der Buchpreisbindung ein und verhandeln den Kollektivvertrag für Handelsangestellte mit aus. Außerdem veranstaltet der Verband Weiterbildungsseminare und arrangiert Aktionen wie „Lesen am Pool“. Bei dieser Aktion konnten Buchhändler ihre Lieblingstitel empfehlen, die auf einer speziell gestalteten Homepage präsentiert wurden. Außerdem gab es einen Fotowettbewerb für Leser. Auch das „Wien liest“ (WILI) Gütesiegel wird vom Fachverband vergeben, eine Ehrung für Buchhandlungen, die sich im Besonderen für die Leseförderung einsetzen. Außerdem gibt der Verband das Branchenblatt „Sortimenterbrief“ heraus.

4.7.3. Weitere Interessensvertretungen

Neben dem Hauptverband und dem Fachverband gibt es noch einige kleinere Interessensvertretungen, wie etwa die Vereinigung des katholischen Buchhandels (VKB). Es handelt sich hierbei um den Zusammenschluss von katholischen Buchhändlern und Verlegern, zu deren Hauptaufgaben die „Wahrung und Förderung ihrer geistigen Interessen in Kirche und Öffentlichkeit“ zählen. Außerdem zählen die gegenseitige wirtschaftliche Förderung, die Weiterbildung der Mitarbeiter sowie die freundschaftliche Zusammenarbeit mit dem Buchhandel im Ausland dazu.⁴³⁷

Eine weitere Interessensvertretung ist die Arbeitsgemeinschaft österreichischer Privatverlage (ARGE österreichischer Privatverlage).

4.8. Buchmesse

4.8.1. Geschichte

Die erste Buchwoche fand 1948 statt. Damals wurde sie als „Leistungsschau des österreichischen Verlagswesens“ bezeichnet.⁴³⁸

2007 wurde die Buchwoche zum letzten Mal im Wiener Rathaus veranstaltet. Etwa 150 Verlage aus Deutschland, Österreich und der Schweiz stellten dort ihre Herbst-

⁴³⁶ <http://www.buchwirtschaft.at/Index.aspx?main=3&sub=0&id=83>; 08.06.2010

⁴³⁷ Vereinigung des katholischen Buchhandels (Hrsg.): Statuten. § 1 (2, 3). Wien. o.J.

⁴³⁸ http://www.buchwoche.at/show_content.php?hid=16; 16.11.2010

Novitäten vor. Diese konnten in den 12 Buchhandlungen vor Ort erworben werden. Im Rathaus wurde ein buntes Rahmenprogramm an Lesungen geboten.

Seit 2008 findet die Veranstaltung unter dem Namen „Buch Wien“ am Wiener Messegelände statt. Der Veranstalter ist der Hauptverband des Österreichischen Buchhandels. In den ersten beiden Jahren wurde die Messe vom Hauptverband und der Reed Exhibitions Messe Wien organisiert, wobei sich Reed Exhibitions für die Buchmesse und der Hauptverband für die Lesefestwoche verantwortlich zeichnete.⁴³⁹ 2010 übernimmt der Hauptverband erstmals, in Zusammenarbeit mit Nail Consulting, die Organisation der Messe selbst.

Mit der Standortverlegung sollte vor allem das Platzproblem, welches im Rathaus bestand, gelöst werden und mehr Menschen angesprochen werden. Außerdem sollten mehr Verlage die Möglichkeit erhalten, ihre Programme vorzustellen.⁴⁴⁰ Statt vielen kleinen Buchhandlungen gibt es nun eine große Messebuchhandlung. Im Unterschied zur Buchwoche im Rathaus ist auf der Buch Wien Eintritt zu bezahlen.

Die Buch Wien soll, angelehnt an große Messen wie beispielsweise die Frankfurter Buchmesse, internationaler werden und auch Verlage aus dem Ausland anlocken.⁴⁴¹

Allerdings präsentierten im ersten Jahr 300 Aussteller etwa 500 Verlage aus 15 Ländern,⁴⁴² während es 2010 lediglich 250 ausstellende Unternehmen aus zwölf Nationen gab.⁴⁴³

4.8.2. Wirtschaftliche Bedeutung der Buchmesse

Die folgenden Eindrücke wurden sowohl durch Befragungen per E-Mail vor und nach der Buchmesse sowie durch Interviews am 21.11.2010 während der Buch Wien 2010 gewonnen.

Befragt wurden Personen, die in der Buchbranche im In- und Ausland in den unterschiedlichsten Positionen und Unternehmen beschäftigt sind. Diese waren Janine Ade (Schweizer Buchhändler- und Verleger-Verband, zuständig für Internationale

⁴³⁹ o.V.: BUCH WIEN 09: Programm und Protagonisten. 20.10.2009
(http://www.buecher.at/show_content.php?sid=126&detail_id=1897); 16.11.2010

⁴⁴⁰ Gruber, Philipp: Wenig Jubel für die neue Buchmesse. 13.11.2007
(<http://www.wienweb.at/content.aspx?menu=1&cid=142844>; 16.11.2010)

⁴⁴¹ Gruber, Philipp: Wenig Jubel für die neue Buchmesse. 13.11.2007
(<http://www.wienweb.at/content.aspx?menu=1&cid=142844>; 16.11.2010)

⁴⁴² <http://www.buch-messe.at>; 15.09.2010

⁴⁴³ o.V.: BUCH WIEN 10: Besucherrekord und zufriedene Aussteller. 22.11.2010.
(http://www.buecher.at/show_content.php?sid=94&detail_id=3535)

Buchmessen), Michael Lock (British Bookshop, Geschäftsleitung), Raffaella Springer (Residenz Verlag, Vertrieb), Herr Norman (Universitätsverlage und Ministerien in Saudi-Arabien), Herr Zhang (CBT China Book Trading GmbH), Walter Jacobs (Diogenes), Wolfgang Panzenböck (G&G, Esslinger Verlagsvertretung) und Martina Schmidt (Deuticke Verlag, Verlagsleitung).

Die gesamtwirtschaftliche Bedeutung der Buch Wien für den österreichischen Buchmarkt ist wird als (noch) sehr gering angesehen, da wenig Lizenzgeschäft stattfindet und der Gesamterfolg nur teilweise messbar ist. Mit den Verkäufen der Messebuchhandlung zeigte man sich bei Residenz und Deuticke zufrieden. Herr Norman führte an, dass er nicht „fürs Geschäft“, sondern aus wissenschaftlichen und kulturellen Gründen an der Buchmesse teilnimmt, er möchte die Kultur Saudi-Arabiens vermitteln.

Die Relevanz der Buch Wien für den deutschsprachigen Buchmarkt wird unterschiedlich gesehen. Für Michael Lock bietet sie viel Programm, ist groß, professionell organisiert und stark in Medien wie Tageszeitungen und Fernsehen präsent. Raffaella Springer sowie Martina Schmidt schätzen die Buchmesse als noch relativ unbekannt und nicht allzu bedeutend ein. Walter Jacobs meinte, dass sie zwar für den deutschsprachigen Markt nicht von Bedeutung sei, wohl aber von regionaler (Wien und Umgebung).

Die Buch Wien als weitere Buchmesse neben jenen in Frankfurt, Leipzig, Salzburg und Basel gilt aber doch als eine „starke Stimme für die österreichische Literatur“, die andernfalls durch die Marktmacht Deutschlands untergehen würde (Michael Lock). Sie ist nahe am Konsumenten und die Verlage können sich diesen, anders als in einer Buchhandlung, direkt präsentieren (Raffaella Springer).⁴⁴⁴

Die Buchwoche im Rathaus war allen befragten Personen, zumindest dem Namen nach, bekannt. Michael Lock stellte auch dort aus und meinte, dass die Buch Wien die größere und professionellere Veranstaltung ist, jedoch nicht den gleichen Charme besitzt. Laut Frau Springer sollen mit der Buch Wien verstärkt ausländische Verleger angesprochen werden. Dies wäre, alleine aus Platzgründen, im Rathaus nicht möglich gewesen. Laut der Verlagsleiterin von Deuticke hatte die Buchwoche mit einem eher verstaubten Image zu kämpfen. Außerdem wurden die Stände zumeist nicht von

⁴⁴⁴ In der Buchhandlung sind die Titel selten nach Verlagen geordnet, Kunden orientieren sich in der Regel an Sachgruppen und nicht an Verlagsnamen. Auf der Buchmesse aber stehen die Verlage mit ihren Programmen im Vordergrund.

Verlagsmitarbeitern betreut. Bei der Buch Wien wurde dies geändert, die Besucher bekommen nun deutlich kompetentere Auskünfte. Man konstatierte ein sehr interessiertes Publikum, was auf die Eintrittspreise für die Buch Wien zurückgeführt wurde.

Der Grundtenor zum Entwicklungspotential der Buch Wien war durchgehend positiv. Die Befragten gehen davon aus, dass diese in den nächsten Jahren mehr ausländische Verlage anlocken wird und vor allem osteuropäische Verlage ihre Programme verstärkt präsentieren werden. Dieses Jahr wurde festgestellt, dass zwar mehr ausländische, jedoch vermehrt kleine und unwichtige Verlage ausgestellt haben.

Direkte Auswirkungen der Buch Wien in den Wiener Innenstadtbuchhandlungen ließen sich insofern beobachten, als dass das Aktionsbuch „Eine Stadt. Ein Buch“ an Kunden verteilt wurde und die Programminformationen zur Lesefestwoche und der Buchmesse auflagen.

5. DER BUCHMARKT IN DER SCHWEIZ

5.1. *Rahmenbedingungen des Buchmarkts in der Schweiz*

Wirtschaftliche Daten über den Schweizer Buchmarkt zu erhalten gestaltete sich schwierig, da diese nur beschränkt verfügbar sind.⁴⁴⁵

Seit 1995 geht die Zahl der Buchhandlungen in der Schweiz zurück. Am stärksten war dies in der französischsprachigen Schweiz zu bemerken, nach Aufhebung der Buchpreisbindung wurden 105 Betriebe geschlossen. Viele alteingesessene Buchhandlungen wurden aufgekauft.

Laut Betriebszählung des Amtes für Statistik gab es 2001 637 Buchhandlungen in der Schweiz, davon beschäftigen 75% zwei oder weniger Mitarbeiter.⁴⁴⁶ Daneben werden weitere Verkaufsstellen wie beispielsweise Supermärkte, Papeterien, Boutiquen oder Kioske betrieben. Etwa 10% der Buchhandlungen führen ein Sortiment von mehr als 50 000 Titeln.⁴⁴⁷ Der Internet- und Versandbuchhandel erreichte 2001 einen Marktanteil von 11%, während Buchklubs an Bedeutung verloren.⁴⁴⁸

Die Relevanz der rund 300 Schweizer Verlage ist eher gering,⁴⁴⁹ in der Rangliste der 100 größten deutschsprachigen Verlage ist der am Besten platzierte Verlag, Diogenes, an vierundvierzigster Stelle zu finden. Der AT-Verlag rangiert auf dem zweiundsechzigsten Platz, vor Orell Füssli, der Platz siebenundsiebzig belegt.⁴⁵⁰

Dieser Teil der Arbeit zeigt die Besonderheiten des Schweizer Buchmarktes auf, die sich im Besonderen durch die Uneinheitlichkeit der Sprachen ergeben.

⁴⁴⁵ Rieder, Pierre: Wettbewerb und Kultur. Eine Betrachtung aus wettbewerbsrechtlicher Sicht unter besonderer Berücksichtigung der Kulturförderung, des Buch- und Kinofilmmarktes in der Schweiz und der Europäischen Union. Peter Lang Verlag. Bern/Berlin/Frankfurt am Main/New York/Paris/Wien: 1998. S. 140; Korrespondenz mit Dani Landolf, Geschäftsführer des Schweizer Buchhändler- und Verleger-Verband SBVV (Mail vom 06.09.2010)

⁴⁴⁶ Rusch, Cristian: Buchhandel in der Schweiz. Eine empirisch-deskriptive Analyse der Marktstruktur und Entwicklung strategischer Optionen. Basel/Genf/München: 2003. S. 68

⁴⁴⁷ Rusch: Buchhandel in der Schweiz. S. 64

⁴⁴⁸ Schweizer Buchhändler- und Verlegerverband (Hrsg.): Der Buchhandel in der Schweiz. Zahlen und Kommentare. Broschüre. August 2008

⁴⁴⁹ http://www.swissbooks.ch/cgi-bin/swiss_web.exe/show?session_id=17288562-1372-485B-B324-C3512955718F&page=swiss_sv.html&lkz=D&newsearch=true&navi_id=79&navi_id=121&pid1=3&pid2=79&pid3=121&pid4=-1; 16.12.2009

⁴⁵⁰ o.V.: Heftige Umsatzausschläge nach unten wie nach oben. Die 100 größten Verlage. In: Buchreport Magazin. 41. Jahrgang. Nr. 4 April 2010. S. 40

5.2. *Buchpreisbindung in der Schweiz*

5.2.1. Historischer Überblick

In der italienischsprachigen Schweiz war der Buchpreis immer frei.⁴⁵¹

In der Westschweiz wurde der Buchpreis Anfang der 90er Jahre freigegeben, davor existierte eine Branchenabrede über die Buchpreise. Im März 2008 begann die Wettbewerbskommission eine Untersuchung über die Buchpreise, da sie vermutet, dass die Vertreter der französischen Verlage über eine monopolartige Stellung verfügen würden. Sie untersuchte, ob dadurch die Preise missbräuchlich gestaltet werden.⁴⁵² Die Vertreter importieren Bücher und legen den Schweizer Preis fest, der deutlich über dem in Frankreich liegt. Es könnte sich dabei um den Missbrauch einer marktbeherrschenden Stellung im Sinne des Kartellgesetzes handeln.⁴⁵³ Eine Entscheidung steht noch aus.

Die Entwicklung der Buchpreisbindung in der deutschsprachigen Schweiz verlief ähnlich jener in Österreich. Sie begann, als die Probleme mit Nachdrucken und die willkürliche Vergabe von Rabatten immer größer wurden.

Der Schweizer Buchhändler- und Verlegerverband (SBVV) wurde 1849 gegründet. Dieser erwirkte vier Jahre später ein „Konkordat über den Schutz des schriftstellerischen Eigentums“⁴⁵⁴ und billigte 1964 eine Preiskontrolle. 1884 wurde ein Urheberrechtsgesetz eingeführt. Der deutsche Börsenverein führte 1887, durch die Kröner'sche Reform, die Buchpreisbindung ein (vgl. Kap. 3.2.1, Kap. 4.2.1). Der Schweizer Buchhändlerverein erklärte im darauf folgenden Jahr die Mitgliedschaft im Börsenverein als verpflichtend. Daher sind Ende des 19. Jahrhunderts, Anfang des 20. Jahrhunderts zahlreiche Schweizer Verlage und Buchhandlungen auch Mitglieder des deutschen Börsenvereins. Diese Regelung wird bis 1922 beibehalten.⁴⁵⁵ Erst 1976

⁴⁵¹ Parlamentarische Initiative. Regulierung der Bücherpreise. Bericht der Kommission für Wirtschaft und Abgaben des Nationalrates. 20. April 2009. S. 7
(<http://www.admin.ch/ch/d/gg/pc/documents/1713/Bericht.pdf>; 04.05.2010)

⁴⁵² http://www.news-service.admin.ch/NSBSubscriber/message/de/attachments/17839/38222/11472/0_PM_d_buecher_170308.pdf; 05.05.2010

⁴⁵³ Parlamentarische Initiative. Regulierung der Bücherpreise. Bericht der Kommission für Wirtschaft und Abgaben des Nationalrates. 20. April 2009. S. 8
(<http://www.admin.ch/ch/d/gg/pc/documents/1713/Bericht.pdf>; 04.05.2010)

⁴⁵⁴ Traxler: Die länderübergreifende Buchpreisbindung. S. 101

⁴⁵⁵ Traxler: Die länderübergreifende Buchpreisbindung. S. 101

beschloss der SBVV, eine eigene Marktordnung zu erstellen.⁴⁵⁶ Diese beinhaltete eine Preisbindung durch horizontale und vertikale Vereinbarungen auf nationaler Ebene. Das Preisniveau bei Büchern liegt in der Schweiz deutlich über jenem in Österreich und Deutschland. Diese Differenz entstand durch die Umrechnung von Mark oder Schilling in Schweizer Franken. 1975 wurde eine Vereinbarung zwischen dem SBVV und dem Börsenverein geschlossen, welche besagte, dass deutsche Verleger entweder den Schweizer Preis festlegt oder der Schweizer Buchhandel den deutschen Preis als Grundlage für die Umrechnung anwendet. Dabei wurde die deutsche Mehrwertsteuer nicht herausgerechnet, da die Lebenshaltungskosten in der Schweiz höher sind.⁴⁵⁷ Dieser Preis wurde oftmals als zu niedrig angesehen und so gingen Verleger dazu über, einen höheren Frankenbetrag festzusetzen. Dies wurde von Bibliotheken und staatlichen Preisüberwachern, sowie der „Eidgenössischen Konsumentenschutz-Initiative“ kritisiert. Diese ging in den 70er Jahren vom Schweizer Unternehmer Karl Schweri aus. Er kämpft gegen Kartelle, vor allem gegen das Tabak- und Bierkartell, aber auch gegen die Buchpreisbindung.⁴⁵⁸ Durch ein Volksbegehren wollte Schweri sämtliche Preisabsprachen einem Verbot unterstellen. Von Seiten des SBVV wurden große Kampagnen gestaltet, die Politiker und Bevölkerung von der Wichtigkeit der Preisbindung überzeugen sollten. Kurz vor der Volksabstimmung 1988 zog Schweri seine Initiative zurück.⁴⁵⁹

Die Kartellkommission setzte sich in den 1970er und 80er Jahren verstärkt mit der Buchpreisbindung auseinander. 1982 kam sie zu dem Schluss, dass „die Preisfreigabe (...) nachteilige Folgen auf den Büchervertrieb und die Buchproduktion“ hat.⁴⁶⁰ Weiters wurde auf die Gefahr hingewiesen, dass ausländische Großkonzerne einen Preiskampf um den Schweizer Markt beginnen könnten. Der SBVV befürchtete keine generelle Verbilligung, sondern eine Preissenkung bei leichtverkäuflichen Titeln und ein Preisanstieg bei Titeln mit speziellen Themen.

Während beim System der Preisbindung tendenziell eine große Anzahl Titel verbilligt werden, verbilligt das System der Preisfreiheit einen großen umsatzmäßigen Produktionsanteil.⁴⁶¹

⁴⁵⁶ Hanreich/Kuschej/Grohall/Reis: Buchpreisregelungen in Europa als Mittel der Kulturpolitik. S. 38

⁴⁵⁷ Goldschmitt: Grenzüberschreitende Buchpreisbindung und internationaler Buchmarkt. S. 49

⁴⁵⁸ Hanreich/Kuschej/Grohall/Reis: Buchpreisregelungen in Europa als Mittel der Kulturpolitik. S. 38

⁴⁵⁹ Goldschmitt: Grenzüberschreitende Buchpreisbindung und internationaler Buchmarkt. S.49

⁴⁶⁰ Hanreich/Kuschej/Grohall/Reis: Buchpreisregelungen in Europa als Mittel der Kulturpolitik. S. 38f

⁴⁶¹ Hanreich/Kuschej/Grohall/Reis: Buchpreisregelungen in Europa als Mittel der Kulturpolitik. S. 38

In der Folge wurden Preisabsprachen nicht verboten. Seit Dezember 1985 galt neben dem Kartellgesetz auch das Preisüberwachungsgesetz.⁴⁶²

1993 erwog die Schweiz, dem EWR beizutreten. Der Dreiländer-Sammelrevers wurde eingeführt, welcher die bisherigen Marktordnungen ersetzte (vgl. Kap. 3.2.1, Kap. 4.2.1), denn diese Marktordnungen bestanden aus horizontalen und vertikalen Preisabsprachen und hätten den EWR-Wettbewerbsregeln nicht entsprochen.⁴⁶³ Trotz des negativen Ausgangs der Volksabstimmung zum Beitritt in den EWR hielt man am Sammelrevers fest. Es ermöglichte allen Unterzeichnern die Bündelung einer Vielzahl von Einzelverträgen⁴⁶⁴ und beinhaltete unter anderem eine Liste mit Verlagen, die ihre Buchpreise binden und damit den Endverkaufspreis festsetzen.⁴⁶⁵ Ferner verpflichteten sich Buchhändler vertraglich, die Preisbindung einzuhalten. Die Durchsetzung und Kontrolle oblag einem Preisbindungstreuhänder. Der Sammelrevers war eine Ausdehnung des deutschen Preisbindungssystems auf den gesamten deutschsprachigen Raum.⁴⁶⁶ Bald nach der Einführung wurde Kritik laut. Ursprünglich galt die Bestimmung, dass Direkteinkäufe aus dem Ausland zu den Schweizer Buchpreisen abgerechnet wurden. Diese wurde bald abgeschafft. Das wiederum ermöglichte es Bibliotheken, ihre Titel in Deutschland günstiger zu beziehen.

Eine Vorabklärung des Sekretariats der Kartellkommission beurteilte die Auswirkungen des Sammelrevers negativ.⁴⁶⁷ Dabei ging es vor allem um die Punkte des überhöhten Preisniveaus in der Schweiz sowie die nicht marktgerechten Rabatte für institutionelle Großkunden.

1994 wurde mit dem „Comfort Letter“ eine zweijährige Frist zur Anpassung der österreichischen Preise an die deutschen vereinbart.⁴⁶⁸ Verlage veröffentlichten ab diesem Zeitpunkt in ihren Vorschauen die Preise in allen drei Währungen. Diese wurden, in Abstimmung mit den aktuellen Kursen, festgesetzt.⁴⁶⁹

Am 16. Juni 1994 verlangte der damalige Nationalratsabgeordnete Zisyadis einheitliche Buchpreise. Dies wurde vom Nationalrat abgelehnt.⁴⁷⁰

⁴⁶² Goldschmitt: Grenzüberschreitende Buchpreisbindung und internationaler Buchmarkt. S. 47

⁴⁶³ Rieder: Wettbewerb und Kultur. S. 151

⁴⁶⁴ Everling, Ulrich: Buchpreisbindung im deutschen Sprachraum und Europäisches Gemeinschaftsrecht. Baden Baden: 1997. S. 17

⁴⁶⁵ Rieder: Wettbewerb und Kultur. S. 151

⁴⁶⁶ Rieder: Wettbewerb und Kultur. S. 151

⁴⁶⁷ Rieder: Wettbewerb und Kultur. S. 152

⁴⁶⁸ Rieder: Wettbewerb und Kultur. S. 152

⁴⁶⁹ Everling: Buchpreisbindung im deutschen Sprachraum und Europäisches Gemeinschaftsrecht. S. 19

⁴⁷⁰ Rieder: Wettbewerb und Kultur. S. 153

1995 trat das neue schweizerische Kartellgesetz in Kraft, welches dem EU-Wettbewerbsrecht nachgebildet wurde. Es sah keine spezielle Regelung für Bücher vor. Die Wettbewerbskommission begann am 06. September 1999 mit den Untersuchungen zur Buchpreisbindung. Etwa ein Jahr später wurde festgestellt, dass der Sammelrevers für den Verkauf von preisgebundenen Titeln aus 1993 eine unzulässige Wettbewerbsabrede im Sinne des Kartellgesetzes ist.⁴⁷¹ Es wurde eine Untersagungsverfügung erlassen.⁴⁷² Der SBVV reicht eine Beschwerde ein, die jedoch 2001 von der Rekurskommission für Wettbewerbsfragen zurückgewiesen wurde. 2004 wurde die parlamentarische Initiative „Regulierung der Bücherpreise“ von Jean-Phillipe Maitre eingereicht. Diese forderte eine Gesetzesgrundlage für die Regulierung der Buchpreise.⁴⁷³ Diese Initiative wurde von der Kommission für Wirtschaft und Abgaben des Nationalrats (WAK-N) unterstützt.

In der Verfügung der Wettbewerbskommission vom 21. März 2005 kam diese zum Schluss, dass der Sammelrevers eine erhebliche und unzulässige Wettbewerbsabrede ist.⁴⁷⁴ In der Entscheidung wurde wiederholt betont, dass eine Wettbewerbsbeschränkung nur dann zulässig ist, wenn sie sich durch Effizienzgewinne zu Gunsten der Verbraucher rechtfertigt. Der SBVV stellte einen Antrag auf die Zulassung des Sammelrevers, das für unzulässig erklärt worden war. 2005 wurde die WAK-N mit der Erstellung eines Gesetzesentwurfs nach europäischem Muster beauftragt. Der Antrag wurde 2007 abgelehnt.⁴⁷⁵ Ein Grund für die Ablehnung war, laut Bundesrat, dass die Anzahl der in der Deutschschweiz produzierten Titel jener der Romandie entspricht, in der kein Buchpreisbindungssystem existiert. Es wird weiters auf die Buchhandelsdichte in der Romandie hingewiesen, die größer ist als jene in der Deutschschweiz. Die kulturpolitischen Interessen, welche der Buchhandel verfolgt, sollen sich mit anderen Mitteln als dem Sammelrevers durchsetzen.⁴⁷⁶ Die Wettbewerbskommission erwartete von der Auflösung der Preisbindung eine Vielfalt bei Angeboten und Preisen sowie ein breiteres Rabattsystem.⁴⁷⁷

⁴⁷¹ Hanreich/Kuschej/Grohall/Reis: Buchpreisregelungen in Europa als Mittel der Kulturpolitik. S. 38

⁴⁷² Engelmann, Martin: Die Zukunft der Buchpreisbindung im europäischen Binnenmarkt. Dargestellt anhand der deutsch-österreichischen Buchpreisbindung. Dissertation. Würzburg: 2002 S. 14

⁴⁷³ http://www.parlament.ch/afs/data/d/bericht/2004/d_bericht_n_k10_0_20040430_0_20061031.htm; 04.05.2010

⁴⁷⁴ Hanreich/Kuschej/Grohall/Reis: Buchpreisregelungen in Europa als Mittel der Kulturpolitik. S. 38f

⁴⁷⁵ Hanreich/Kuschej/Grohall/Reis: Buchpreisregelungen in Europa als Mittel der Kulturpolitik. S. 40

⁴⁷⁶ Hanreich/Kuschej/Grohall/Reis: Buchpreisregelungen in Europa als Mittel der Kulturpolitik. S. 40

⁴⁷⁷ Traxler: Die länderübergreifende Buchpreisbindung. S. 102

2008 wurde der Vorentwurf eines Gesetzes über die Buchpreisbindung veröffentlicht.⁴⁷⁸ Im Mai 2009 behandelte der Nationalrat die Gesetzesvorlage, die angenommen wurde.⁴⁷⁹ Die Vorlage entsprach jedoch nicht in allen Punkten der Branchenerwartung. So wurde beispielsweise der Antrag des SBVV, den grenzüberschreitenden Internetbuchhandel aus dem Text zu streichen, abgelehnt. Angenommen hingegen wurde der Vorschlag des Bandbreitenmodells. Dieses betrifft die Währungsumrechnung bei der Preisfestsetzung und besagt, dass die Preise maximal 120% vom Euro-Kurs betragen dürfen.⁴⁸⁰ Die Preise müssen auf Basis des Preises im Ausland abzüglich der ausländischen Mehrwertsteuer berechnet werden. Im Dezember 2009 entscheidet die Kommission für Wirtschaft und Abgaben des Ständerats (WAK-S), für das Buchpreisbindungsgesetz einzutreten, überraschend, da dies im Oktober noch abgelehnt wurde.⁴⁸¹ Im Januar 2010 bearbeitete die WAK-S den Gesetzesvorschlag erneut. Sie beabsichtigte nun nicht nur den ausländischen Internetbuchhandel, sondern auch den Versandhandel von der Buchpreisbindung auszunehmen. Weiters sollte es zu keiner Einführung des Bandbreitenmodells kommen, die Kontrolle soll einem Preisüberwacher übertragen werden. Im Ständerat wurde dem Gesetz 2010 zugestimmt, es geht wieder in den Nationalrat.⁴⁸²

Die Ausnahmeregelung für den ausländischen Internetbuchhandel wurde auf inländische Anbieter ausgeweitet. Schulbücher sollten der Preisbindung unterliegen. Insbesondere die Ausnahme des Online- und Versandbuchhandels von der Preisbindung wird von der Branche sehr kritisch gesehen. So hat der Vorstand des SBVV der

⁴⁷⁸ Bundesgesetz über die Preisbindung für Bücher (Buchpreisbindungsgesetz; BuPG). Vorentwurf vom 13.10.2008 (<http://www.admin.ch/ch/d/gg/pc/documents/1713/Vorlage.pdf>; 04.05.2010)

⁴⁷⁹ Nationalrat - Sommersession 2009 - Dritte Sitzung - 27.05.09-08h00. 04.430 Parlamentarische Initiative. Maitre Jean-Philippe. Regulierung der Bücherpreise. (http://www.parlament.ch/ab/frameset/d/n/4809/298815/d_n_4809_298815_298816.htm; 04.05.2010)

⁴⁸⁰ Schweizer Buchhändler- und Verlegerverband (Hrsg.): Dossier Preisbindung für Bücher (http://www.sbv.ch/cgi-bin/swiss_web.exe/show?session_id=1CF423CF-1293-4663-A1D3-93BFA42F5D61&page=swiss_inhalt.html&navi_id=145&pid1=5&pid2=145&pid3=-1&pid4=-1; 05.05.2010)

⁴⁸¹ Schweizer Buchhändler- und Verlegerverband (Hrsg.): Dossier Preisbindung für Bücher (http://www.sbv.ch/cgi-bin/swiss_web.exe/show?session_id=1CF423CF-1293-4663-A1D3-93BFA42F5D61&page=swiss_inhalt.html&navi_id=145&pid1=5&pid2=145&pid3=-1&pid4=-1; 05.05.2010)

⁴⁸² Schweizer Buchhändler- und Verlegerverband (Hrsg.): Dossier Preisbindung für Bücher (http://www.sbv.ch/cgi-bin/swiss_web.exe/show?session_id=1CF423CF-1293-4663-A1D3-93BFA42F5D61&page=swiss_inhalt.html&navi_id=145&pid1=5&pid2=145&pid3=-1&pid4=-1; 05.05.2010)

Generalversammlung am 26. April 2010 einen Antrag gestellt, welcher gestatten würde, das Gesetz mit dieser Ausnahmeregelung zu verhindern.⁴⁸³

Am 6. Dezember 2010 kam die Gesetzesvorlage erneut vor den Nationalrat, es wurde dafür gestimmt, den Online-Buchhandel nicht von der Preisbindung auszunehmen.⁴⁸⁴

Das Gesetz geht nun wieder in den Ständerat zurück, eine Schlussabstimmung wird für den 17. Dezember 2010 erwartet.⁴⁸⁵

Zum Zeitpunkt des Abschlusses der Arbeit stand die letzte Entscheidung bezüglich des Buchpreisbindungsgesetzes noch aus.

5.2.2. Regelungen des Entwurfs und dessen Bestimmungen

Die Grundzüge der Gesetzesvorlage sind folgende: Es soll eine Buchpreisbindung geben, welche auf einem Modell der Fixpreise beruht. Auf den festgesetzten Preis sind Rabatte zulässig, allerdings nur in geringem Ausmaß. Es gibt eine Mindestdauer der Preisbindung. Die Festsetzung der Preise obliegt den Verlagen oder den Importeuren sowie dem Preisüberwacher, wenn eine missbräuchliche Überhöhung des Preises stattfindet.⁴⁸⁶ Der Anwendungsbereich des Gesetzes ist der Verlag, der Import und Handel mit Büchern in den Landessprachen der Schweiz.

Der Begriff des Buches wird definiert als Verlagserzeugnis in gedruckter Form.⁴⁸⁷ Auch Bücher, denen DVDs oder CDs beigelegt werden, fallen unter diese Regelung, sofern das Buch die Hauptsache ist. Reine Hörbücher sind also nicht preisgebunden.

Der Gesetzesentwurf ist den Vorschriften der EU angepasst.

Die Aufsicht über die Einhaltung wird der Buchbranche übertragen. Das Sanktionensystem ist privatrechtlich konzipiert.

⁴⁸³ Schweizer Buchhändler- und Verlegerverband (Hrsg.): WAK-Nationalrat folgt Ständerat mit absurder Ausnahmeregelung (http://www.sbv.ch/cgi-bin/swiss_web.exe/show?session_id=1821A209-FE0A-4B38-BE39-6014D1ECEA69&page=swiss_inhalt.html&navi_id=194&pid1=5&pid2=194&pid3=-1&pid4=-1; 04.05.2010)

⁴⁸⁴ Nationalrat - Wintersession 2010 - Fünfte Sitzung - 06.12.2010.

(http://www.parlament.ch/ab/frameset/d/n/4816/340317/d_n_4816_340317_340495.htm; 10.12.2010)

⁴⁸⁵ o. V.: Ja zu einem Buchpreisbindungsgesetz ohne Ausnahmen!

In: Schweizer Buchhandel. Newsletter Ausgabe 47/2010 vom 25. November 2010.

([http://www.swissbooks.ch/cgi-bin/swiss_web.exe/kommentar?page=sbh_newsletter_archiv_2010.html&nlarchiv=sbh_newsletter_archiv_rubrik_2010.html&newsearch=true&navi_id=210&pid1=4&pid2=54&pid3=210&pid4=-1&kopf_id=271&rubrik_id=5623](http://www.swissbooks.ch/cgi-bin/swiss_web.exe/kommentar?page=sbh_newsletter_archiv_2010.html&nlarchiv=sbh_newsletter_archiv_rubrik_2010.html&newsearch=true&navi_id=210&pid1=4&pid2=54&pid3=210&pid4=-1&kopf_id=271&rubrik_id=5623;);) 07.12.2010

⁴⁸⁶ Parlamentarische Initiative. Regulierung der Bücherpreise. Bericht der Kommission für Wirtschaft und Abgaben des Nationalrates. 20. April 2009.
(<http://www.admin.ch/ch/d/gg/pc/documents/1713/Bericht.pdf>; 04.05.2010) S. 2

⁴⁸⁷ BuPG. Art. 3

In der Schweiz soll es gestattet sein, den gebundenen Preis um maximal 5% zu unterschreiten. Außerdem bestehen laut Entwurf einige Möglichkeiten eines Preisnachlasses. Bibliotheken erhalten demnach einen Rabatt von 10%. Ist das Einkaufsbudget der Bibliothek höher als 500 000 Franken pro Jahr, so kann ein Nachlass von 15% gewährt werden. Bei einem Etat von über einer Million Franken darf der Preis frei ausgehandelt werden. Dies wird als Bildungsförderung angesehen.⁴⁸⁸

Buchstabe b regelt Mengenrabatte, wobei generell gilt, dass ab mehr als zehn Exemplaren des gleichen Titels ein Preisnachlass von bis zu 10% gestattet ist. Bei mehr als 50 Exemplaren steigt dieser auf 15%, bei mehr als 100 auf 20%. Davon sollen vor allem Schulen profitieren.⁴⁸⁹

Buchstabe c regelt zwei Spezialfälle, zum einen den geschlossenen Verkauf einer Reihe zusammenhängender Werke, zum anderen den Subskriptionspreis. Da der Konsument beim Kauf einer Reihe alle Bände erwerben muss und nicht die Möglichkeit hat, die für ihn relevanten Bände auszuwählen, wird dies durch eine Preisreduktion „entschädigt“. Bei der Subskription erwirbt der Käufer ein Werk, das er vorher nicht prüfen kann, daher soll es auch hier günstigere Konditionen geben.⁴⁹⁰

Buchstabe d regelt die Abweichungen bei Buchclubs, die eigene Ausgaben zu einem späteren Zeitpunkt als die Originalausgabe veröffentlichen.⁴⁹¹

Die Dauer der Buchpreisbindung beträgt grundsätzlich 18 Monate, danach endet sie nicht automatisch, sie kann vom Verleger oder Importeur aufgehoben werden.⁴⁹²

Artikel 9 bestimmt, dass Bücher an branchenfremde Händler nicht zu günstigeren Konditionen geliefert werden dürfen.⁴⁹³

5.3. Aktuelle Marktentwicklung

5.3.1. Sprachregionen der Schweiz

Die in der Schweiz vorhandenen Märkte entsprechen den Sprachregionen und verfügen über individuelle Charakteristika. Der Schwerpunkt der Arbeit liegt auf der deutschsprachigen Schweiz, jedoch sollen die anderen Regionen nicht unerwähnt bleiben.

⁴⁸⁸ BuPG. Art. 7, Buchstabe a

⁴⁸⁹ BuPG. Art. 7, Buchstabe b

⁴⁹⁰ BuPG. Art. 7, Buchstabe c

⁴⁹¹ BuPG. Art. 7, Buchstabe d

⁴⁹² BuPG. Art. 8

⁴⁹³ BuPG. Art. 9

5.3.1.1. *Deutschsprachige Schweiz*

Laut Rusch stammen 80% der Titel, die in der Deutschen Schweiz verkauft werden, aus Deutschland, laut Rieder sind es 70%.⁴⁹⁴

Es gibt wenige große Deutschschweizer Verlage, die im gesamtdeutschsprachigen Raum wirken. Ein Beispiel dafür ist der bereits erwähnte Diogenes Verlag, welcher Platz 44 im Ranking der 100 größten deutschsprachigen Verlage des Jahres 2010 belegt.⁴⁹⁵ Dieser publiziert vor allem Belletristik, Jugendliteratur und Bildbände und erwirtschaftete im Jahr 2000 einen Umsatz von etwa 65 Millionen CHF.⁴⁹⁶ Daneben gibt es mittelgroße und kleine Verlage, zu den größten zählen der AT-Verlag, Orell Füssli, Hogrefe&Huber, der WEKA Verlag und Klett-Balmer. Vor allem aber ist eine hohe Anzahl von Verlagen aus Deutschland aktiv, die auch Werke von Schweizer Autoren veröffentlichen.⁴⁹⁷

Der Zwischenbuchhandel ist zweigeteilt, er ist in schweizerischer und deutscher Hand. In der Schweiz gibt es vier große Anbieter mit einem Marktanteil von nahezu 80%. Der größte ist das Schweizer Bücherzentrum (SBZ) mit einem Marktanteil von etwa 50%.⁴⁹⁸ Da es sich aber um eine Genossenschaft in Besitz von etwa 360 Schweizer Buchhandlungen handelt, wird das Ausnutzen der Monopolstellung verhindert.⁴⁹⁹ Das SBZ ist Barsortiment und Auslieferung in einem.

Filialisten haben auf Grund ihres hohen Einkaufswerts eine gute Verhandlungsposition gegenüber dem Zwischenbuchhandel. Dies trifft weniger auf kleine und mittelständische Buchhandlungen zu, die zumeist Standardkonditionen erhalten. Alternativ kann in der Schweiz auch in Deutschland eingekauft werden, der Hauptanbieter ist Koch, Neff & Volckmar (KNV/KNO VA). Der Anteil der Direktimporte beträgt etwa 12%.⁵⁰⁰

2000 erhielten Buchhandlungen im Schnitt Rabatte von 39,5% bei Verlagsdirektbestellungen und 34,6% über die Barsortimente.⁵⁰¹ Der Rest wird von anderen Zwischenbuchhändlern, wie beispielsweise AVA, Balmer oder Dessauer,

⁴⁹⁴ Rusch: Buchhandel in der Schweiz. S. 67; Rieder: Wettbewerb und Kultur. S. 53

⁴⁹⁵ o.V.: Die 100 größten Verlage. In: Buchreport Magazin. 41. Jahrgang. Nr. 4 April 2010. S. 38f

⁴⁹⁶ Neiger/Trappel: Buchmarkt und Buchpreisbindung in der Schweiz. S.73

⁴⁹⁷ Parlamentarische Initiative. Regulierung der Bücherpreise. Bericht der Kommission für Wirtschaft und Abgaben des Nationalrates. 20. April 2009.

(<http://www.admin.ch/ch/d/gg/pc/documents/1713/Bericht.pdf>; 04.05.2010) S. 5

⁴⁹⁸ Rusch: Buchhandel in der Schweiz. S. 170

⁴⁹⁹ Rieder: Wettbewerb und Kultur. S. 142

⁵⁰⁰ Rusch, Christian: Buchhandel in der Schweiz. S: 170

⁵⁰¹ Neiger/Trappel: Buchmarkt und Buchpreisbindung in der Schweiz. S. 72

vertrieben.⁵⁰² Außerdem wird der Markt auch von deutschen Barsortimenten beliefert. Es gibt freie Handelsvertreter, die zumeist für mehrere Verlage auf Provisionsbasis arbeiten. Laut dem Verzeichnis für Auslieferungsstellen aus dem Jahr 2001 gab es rund 100 Vertreter in der deutschen Schweiz, nur vier waren von Verlagen fest angestellt.⁵⁰³ Seit der Preisfreigabe in der Schweiz werden viele Titel auch bei Verlagen direkt bestellt. Etwa 60% des Deutschschweizer Buchmarkts werden von drei Ketten abgedeckt: Orell Füssli, Thalia und Ex Libris. Die restlichen 40% werden von kleinen bis mittelgroßen unabhängigen Buchhandlungen versorgt.⁵⁰⁴ Die folgende Statistik zeigt die fünf größten Buchhandelsunternehmen in der Deutschschweiz im Jahr 2000.⁵⁰⁵

Unternehmen	Ort	Umsatz im Jahr 2000
Phönix (Jäggi und Stauffacher)	Basel/Bern	83,9 Mio. CHF
Orell Füssli	Zürich	75,6 Mio. CHF
Ex Libris	Dietikon	44 Mio. CHF
Lüthy	Solothurn	25,7 Mio. CHF
Hans Huber (jetzt Huber&Lang)	Bern	19,2 Mio. CHF

Auf die Besonderheiten des Deutschschweizer Buchhandels wird in Kapitel 5.3.4 genauer eingegangen.

⁵⁰² Neiger/Trappel: Buchmarkt und Buchpreisbindung in der Schweiz. S.71

⁵⁰³ Neiger/Trappel: Buchmarkt und Buchpreisbindung in der Schweiz. S.71

⁵⁰⁴ Parlamentarische Initiative. Regulierung der Bücherpreise. Bericht der Kommission für Wirtschaft und Abgaben des Nationalrates. 20. April 2009.

(<http://www.admin.ch/ch/d/gg/pc/documents/1713/Bericht.pdf>; 04.05.2010) S. 5

⁵⁰⁵ Neiger/Trappel: Buchmarkt und Buchpreisbindung in der Schweiz. S.70

5.3.1.2. *Rätoromanische Schweiz*

Der rätoromanische Raum hat nur eine sehr geringe Eigenbuchproduktion und wird daher als Untergruppe des Deutschschweizer Buchmarkts angesehen.⁵⁰⁶

5.3.1.3. *Französische Schweiz*

Die Datenlage zur französischsprachigen Schweiz bezeichnen Neiger und Trappel als lückenhaft.⁵⁰⁷

Bücher unterliegen hier keiner Preisbindung. Der Endverkaufspreis liegt in der Regel zwischen 20 und 30% über dem in Frankreich. 70-80% der Bücher stammen aus Frankreich. Ab 3000 verkauften Exemplaren gilt ein Titel als Bestseller.⁵⁰⁸

In der Westschweiz gibt es vor allem kleine Verlage, deren Weiterbestehen von wenigen Personen abhängt. Es liegen keine genauen Zahlen vor, jedoch hat der Verband „Association Suisse des Éditeurs de Langue Française“ etwa 60 Mitglieder.

Der Zwischenbuchhandel wird größtenteils von Frankreich aus betrieben. Einige französische Verlage wie Hachette oder Havas betreiben ihre eigene Auslieferung in der Romandie.⁵⁰⁹ Es gibt acht große und einige kleinere Auslieferungen. OLF in Fribourg ist Marktführer, gehört zur Hachette-Gruppe und repräsentiert beinahe 50% des Marktes.⁵¹⁰

Ähnlich wie in der Westschweiz werden 60-65% des Markts von zwei Ketten abgedeckt. Diese sind die französischen Unternehmen FNAC und Payot sowie Supermärkte. Der Rest sind unabhängige Buchhandlungen. In den Jahren 2001 bis 2004 mussten mehr als 40 Buchhandlungen schließen.⁵¹¹ Dies bedeutet, dass sich filialisierte Unternehmen längerfristig besser durchsetzen konnten als Privatunternehmen.

Die Preisentwicklungen Frankreichs beeinflussen den Markt direkt. Als 1979 die Preisbindung in Frankreich aufgehoben und zwei Jahre später wieder eingeführt wurde,

⁵⁰⁶ Rusch: Buchhandel in der Schweiz. S. 7

⁵⁰⁷ Neiger/Trappel: Buchmarkt und Buchpreisbindung in der Schweiz. S.77

⁵⁰⁸ Neiger/Trappel: Buchmarkt und Buchpreisbindung in der Schweiz. S.80

⁵⁰⁹ Neiger/Trappel: Buchmarkt und Buchpreisbindung in der Schweiz. S.81

⁵¹⁰ Neiger/Trappel: Buchmarkt und Buchpreisbindung in der Schweiz. S.81

⁵¹¹ Parlamentarische Initiative. Regulierung der Bücherpreise. Bericht der Kommission für Wirtschaft und Abgaben des Nationalrates. 20. April 2009.

(<http://www.admin.ch/ch/d/gg/pc/documents/1713/Bericht.pdf>; 04.05.2010) S. 5

hatte dies direkte Auswirkungen. So expandierte beispielsweise die Firma FNAC, nach der Wiedereinführung der Preisbindung in Frankreich, in die Schweiz.⁵¹²

5.3.1.4. *Italienische Schweiz*

Die Buchbranche der italienischen Schweiz ist stark von der in Italien geprägt. Auch hier gibt es kaum verlässliche Statistiken. Es gab nie ein Buchpreisbindungssystem. Verlage drucken ihre Preisempfehlung am Buchrücken ab, diese werden zumeist eingehalten.⁵¹³ Etwa 80% der verkauften Bücher stammen aus Italien. Dies wirft Probleme für den Buchhandel auf. Der Preis darf nicht wesentlich höher sein als jener in Italien, doch müssen höhere Miet- Personal und Marketingkosten bezahlt werden. Die Gewinnspanne ist also sehr gering.

In der italienischsprachigen Schweiz gibt es wenige kleine Verlage, nur ein paar sind professionell organisiert und auch in Italien vertreten. Etwa 120 Verlage sind erfasst, wobei nur 20 zumindest einen Titel pro Jahr publizieren. Als Bestseller gilt ein Titel, von dem sich 1 000 Stück verkaufen.⁵¹⁴

Es gibt keinen flächendeckenden Zwischenbuchhandel. Die Buchhändler begeben sich für den Einkauf der Waren nach Mailand, wo die meisten Verlage eine Niederlassung haben. Dies verursacht sehr hohe Transaktionskosten, die oftmals nicht an die Kunden weitergegeben werden.⁵¹⁵

In diesem Teil der Schweiz gibt es keine Großhandelsketten, sondern einige unabhängige Buchhandlungen, die auch Filialen betreiben.⁵¹⁶ Die Buchhandelsdichte ist hoch. Auf Grund der fehlenden Infrastruktur sind die Buchhandlungen jedoch nicht in der Lage, den Markt unabhängig von Italien zu betreiben.

Die Buchmärkte der einzelnen Sprachregionen überschneiden einander kaum. Dank Förderungen werden Deutschschweizer Autoren ins Französische übersetzt, jedoch ohne große Erfolge zu verzeichnen. Der Austausch in umgekehrter Richtung findet

⁵¹² Neiger/Trappel: Buchmarkt und Buchpreisbindung in der Schweiz. S.77

⁵¹³ Neiger/Trappel: Buchmarkt und Buchpreisbindung in der Schweiz. S.85

⁵¹⁴ Neiger/Trappel: Buchmarkt und Buchpreisbindung in der Schweiz. S.89

⁵¹⁵ Neiger/Trappel: Buchmarkt und Buchpreisbindung in der Schweiz. S.89

⁵¹⁶ Parlamentarische Initiative. Regulierung der Bücherpreise. Bericht der Kommission für Wirtschaft und Abgaben des Nationalrates. 20. April 2009.

(<http://www.admin.ch/ch/d/gg/pc/documents/1713/Bericht.pdf>; 04.05.2010) S. 6

noch weniger statt.⁵¹⁷ Der Erfolg der Autoren beschränkt sich zumeist auf die eigene Sprachregion.

Die folgenden Teile beziehen sich, sofern nicht ausdrücklich anders erwähnt, auf den Deutschschweizer Buchmarkt.

5.3.2. Marktkonzentration

In den Jahren zwischen 1995 und 1998 sank die Zahl der Buchhandlungen um über 10%. Die Konzentrationsbewegung der 90er Jahre scheint etwas zurückgegangen zu sein. 2001 gab es etwa 600 Buchhandlungen in der Schweiz. Damit ist die Konzentration im schweizerischen Buchhandel laut dem Schlussbericht „Buchmarkt und Buchpreisbindung in der Schweiz“ im internationalen Vergleich als gering einzustufen.⁵¹⁸ Anders hingegen beurteilt Christian Rusch die Situation. Laut seinen Untersuchungen zeigt die Verteilung der Marktanteile eine hohe Konzentration. Die beiden Anbieter ThaliaPhoenix und Hugendubel erwirtschaften etwa ein Viertel des Buchumsatzes der Schweiz. Rechnet man noch die beiden größten Filialisten, das Buchhaus Lüthy und Payot, sowie die Buchhandlung Rösslitor hinzu, so erwirtschaften die übrigen Buchhandlungen einen Umsatz von etwa 28%.⁵¹⁹ Die Marktkonzentration scheint ein Widerspruch zu der beachtlichen Versorgungsdichte an Buchhandlungen zu sein. Jedoch wird ein erheblicher Prozentanteil des Umsatzes von Ketten erwirtschaftet, während die große Anzahl an kleinen Buchhandlungen für eine hohe Versorgungsdichte sorgt.⁵²⁰

5.3.3. Verlage

Die meisten Schweizer Verlage sind Kleinunternehmen, betreiben Nischenpolitik und verfolgen verstärkt Exportinteressen. Es gibt wenige Taschenbuchverlage und eine große Anzahl von staatlichen Lehrmittelverlagen. Diese verdanken ihre Existenz der kantonalen Schulhoheit in der Schweiz, sie schränken die Möglichkeiten der privaten Verlage noch weiter ein.⁵²¹

⁵¹⁷ Rieder: Wettbewerb und Kultur. S. 141

⁵¹⁸ Prognos (Hrsg.): Buchmarkt und Buchpreisbindung in der Schweiz. Schlussbericht für das Bundesamt für Kultur. Basel: 2001. (<http://www.buchlobby.ch/pdf/Prognos-Kurzfassung-dt.pdf>; 23.08.2010)

⁵¹⁹ Rusch: Buchhandel in der Schweiz. S. 90

⁵²⁰ Rusch: Buchhandel in der Schweiz. S. 90

⁵²¹ Rieder: Wettbewerb und Kultur. S. 142

2001 gab es 499 Verlage mit 3405 Angestellten. Vier Jahre später waren es 448 Verlage, die 3305 Personen beschäftigten. Das sind zwar 51 Verlage weniger, jedoch ist die Zahl der Angestellten nicht im gleichen Maß gesunken. Dies lässt die Vermutung zu, dass vor allem sehr kleine Verlage, die wenige Personen beschäftigten, nicht mehr bestehen konnten.⁵²²

Die Verlage der Schweiz erwirtschaften einen Umsatz von rund 400 Millionen Franken pro Jahr, das entspricht in etwa 264 497 784 Euro (Stand: 15. Dezember 2009).

Laut Schätzungen beträgt der Umsatz des Schweizer Buchhandels 850 Millionen Franken pro Jahr,⁵²³ davon mehr als die Hälfte in der deutschsprachigen, in etwa 200 Millionen in der französischsprachigen und 50 Millionen in der italienischsprachigen Schweiz.⁵²⁴ Nahezu 450 Millionen werden im traditionellen Buchhandel umgesetzt und je 100 Millionen Franken durch Lehrmittelverlage, Versandbuchhandel und Buchgemeinschaften. Der Umsatz der deutschsprachigen Schweiz stammt zu beinahe 70% von Büchern aus deutschen Verlagen, in der französischsprachigen Schweiz gehen 70-80% des Umsatzes an Verlage aus Frankreich.⁵²⁵

Etwa 80% der in der Schweiz verkauften Titel werden im Ausland produziert, vor allem in Deutschland, Frankreich und Italien. Die restlichen 20% stammen aus Schweizer Verlagen.⁵²⁶

Diese publizieren etwa 10 000 Titel pro Jahr.⁵²⁷ Die Anzahl der in der Schweiz produzierten Titel hat in den letzten Jahrzehnten zugenommen. Die folgende Tabelle stellt die Titelproduktion nach Sprachgebieten dar.⁵²⁸

	1980	1985	1990	1995	2000
deutsch	4 682	5 264	5 883	6 299	6 186
französisch	1 863	1 794	2 197	2 235	2 201

⁵²² Nur etwa 50 dieser Verlage stellten mehr als zehn Personen an, etwa zehn Unternehmen beschäftigten über 50 Mitarbeiter.

⁵²³ Rusch: Buchhandel in der Schweiz. S. 4

⁵²⁴ Rieder: Wettbewerb und Kultur. S. 142

⁵²⁵ Rieder: Wettbewerb und Kultur. S. 142

⁵²⁶ Parlamentarische Initiative. Regulierung der Bücherpreise. Bericht der Kommission für Wirtschaft und Abgaben des Nationalrates. 20. April 2009

(<http://www.admin.ch/ch/d/gg/pc/documents/1713/Bericht.pdf>; 04.05.2010) S. 5

⁵²⁷ Neiger/Trappel: Buchmarkt und Buchpreisbindung in der Schweiz. S. 16

⁵²⁸ Neiger, Felix/Trappel, Josef: Buchmarkt und Buchpreisbindung in der Schweiz. Gutachten der Prognos AG für das Bundesamt für Kultur. Bern/Stuttgart/Wien: 2002. S. 61

italienisch	122	158	188	275	376
rätoromanisch	23	49	56	56	63
englisch	613	620	1 020	1 172	1 547
andere	488	524	437	753	531
Gesamt	7 791	8 409	9 781	10 790	10 904

Insgesamt stieg die Titelproduktion in den vergangenen Jahren an. Vor allem die Produktion von deutschsprachigen Titeln hat sich seit 1980 merklich gesteigert, 2000 wurden 1 504 Titel mehr produziert als 20 Jahre davor. Dies weist auf eine erhöhte Nachfrage hin. Allerdings sollte man sich auch die Frage stellen, ab welchem Punkt der Markt übersättigt ist. Die meisten Titel erschienen in deutscher Sprache, gefolgt von Französisch und Englisch. Die wenigsten werden in rätoromanisch publiziert. Dies entspricht auch dem Umsatz, den diese Sprachen am Buchmarkt erreichen.

Der Gesamtumsatz des Schweizer Buchmarkts entspricht den Werten eines kleineren Konzerns.⁵²⁹ Gemessen an der Größe der Schweiz im Vergleich zu anderen europäischen Ländern ist die Verlagsproduktion durchaus beachtlich.

In den letzten Jahren wurden viele Schweizer Verlage von ausländischen übernommen und betreiben nunmehr lediglich ein Büro in der Schweiz.

5.3.4. Ausgewählte Vertriebswege

Die Marktanteile der einzelnen Vertriebswege im Deutschschweizer Buchmarkt teilen sich laut Neiger und Trappel wie folgt auf.⁵³⁰

Der größte Anteil wird vom klassischen Sortimentsbuchhandel erwirtschaftet. Schulen sind in der Schweiz ebenfalls mit 12% sehr stark vertreten, was durch Schulbibliotheken und die staatlichen Lehrmittelverlage (Schulbuch) zu erklären ist. Bereits 9% des Umsatzes wurde von Supermärkten gemacht. Buchgemeinschaften erwirtschafteten 5%,

⁵²⁹ Rusch: Buchhandel in der Schweiz. S. 4

⁵³⁰ Neiger/Trappel: Buchmarkt und Buchpreisbindung in der Schweiz. S. 51; Die Angaben stammen aus 2002.

das Internet 3%, wobei hier anzunehmen ist, dass sich dieser Anteil in den Jahren seit 2002 gesteigert hat.⁵³¹

Sortimentsbuchhandel	58%
Schulen	12%
Warenhäuser, Supermärkte	9%
Sonstige	8%
Medienhandelsketten	5%
Buchklubs	5%
Internet	3%

Auf die Arten von Anbietern wird im Folgenden eingegangen.

5.3.4.1. *Sortimentsbuchhandel und Kooperationen*

Der Sortimentsbuchhandel erwirtschaftete 58% des Gesamtumsatzes und besteht aus Kleinbuchhandlungen, mittelgroßen Unternehmen und Filialisten.

In der deutschsprachigen Schweiz zählen etwa 75% aller Buchhandlungen zur Kategorie Kleinbuchhandlung.⁵³²

Es gibt etwa 470 Kleinbuchhandlungen, ihr Anteil am Umsatz des Schweizer Buchmarkts beträgt weniger als 20%.⁵³³ Diese werden mit vergleichsweise wenig Kapital eröffnet und beschäftigen bis zu zwei Vollzeitangestellte. Die Stärke solcher Unternehmen ist die persönliche Beratung der Kunden, es entstehen enge Kundenbindungen. Auf Marktanforderungen kann auf Grund der kurzen Entscheidungswege flexibel reagiert werden, die Unternehmen haben eine schlanke Kostenstruktur. Allerdings erhalten sie zumeist schlechtere Konditionen als Filialisten.

⁵³¹ Aktuellere Daten zu den Marktanteilen der Buchgemeinschaften und des Internetbuchhandels ließen sich nicht ermitteln.

⁵³² Rusch: Buchhandel in der Schweiz. S: 202

⁵³³ Rusch: Buchhandel in der Schweiz. S: 202

Kleinunternehmen haben bei Kundenbefragungen schlechter abgeschnitten als größere Buchhandlungen. Dies wurde durch hohe Beratungskompetenz nicht wettgemacht.⁵³⁴

Mittelgroße Buchhandlungen beschäftigen zwischen 3 und 9 Mitarbeiter. Größere Einzelgeschäfte haben bis zu 30 Mitarbeiter und unterhalten teilweise Filialen am gleichen Ort. Es gibt etwa 120 Geschäfte dieser Art, was einem Anteil von 20% der Buchhandlungen entspricht.⁵³⁵ Oft sind es Familienunternehmen, die in zweiter oder dritter Generation geleitet werden. In den letzten Jahren wurden gerade diese Unternehmen oft von Filialisten aufgekauft. Der Vorteil ist, dass die Betriebe einen guten Ruf für sich beanspruchen können und als kompetent eingestuft werden. Sie sind bekannt, stehen für Tradition und haben in der Regel zahlreiche Stammkunden. Zumeist befinden sich die Geschäfte in guter Lage und sind eigene Liegenschaften. Daraus ergeben sich niedrige Betriebskosten. Die Konditionen für mittelgroße Betriebe im Gegensatz zu Filialisten sind schlechter, es gibt kaum Unterschiede zu Kleinbuchhandlungen. Die Rentabilität ist nicht hoch. Kunden bewerten die Kompetenz der Unternehmen nicht höher als jene der Kleinbuchhandlungen, aber schlechter als die der großen Mitanbieter.⁵³⁶

Die letzte Gruppe des Sortimentsbuchhandels sind die Filialisten. Diese konnten in den letzten Jahren ein Wachstum erzielen und erreichen einen Marktanteil von etwa 35%.⁵³⁷ In der Schweiz gibt es fünf Filialisten, wobei drei ganz oder teilweise in ausländischer Hand sind. Der Anbieter, die Buch-Shopping, ist eine Tochtergesellschaft des SBZ. Jäggi/Stauffacher gehört zu Thalia, Payot zum französischen Hachette-Konzern. Orell Füssli ist zu 49% Eigentum der deutschen Hugendubel-Gruppe.

Die Filialisten betreiben ihre Verkaufsstätten in allen wichtigen Städten, verfügen über ein breites Sortiment, Service und qualifizierte Buchhändler. In der Regel haben die einzelnen Filialen große Autonomie, vor allem im Bereich der Gestaltung des Sortiments.⁵³⁸ Die Vorteile sind die starke Verhandlungsposition beim Wareneinkauf, finanzielle Ressourcen zur Umsetzung von Innovationen, eine große Sortimentstiefe, große und übersichtliche Verkaufsflächen, kompetente Beratung und umfassenden Service. Als Nachteile können die fehlende Individualität, hohe Mietkosten, der

⁵³⁴ Rusch: Buchhandel in der Schweiz. S. 203

⁵³⁵ Rusch: Buchhandel in der Schweiz. S. 207

⁵³⁶ Rusch: Buchhandel in der Schweiz. S. 208

⁵³⁷ Rusch: Buchhandel in der Schweiz. S. 211

⁵³⁸ Rusch: Buchhandel in der Schweiz. S. 211

Kostennachteil gegenüber Warenhäusern und das oftmalige Fehlen von Kundenbeziehungen genannt werden.⁵³⁹

Für kleine Buchhandelsunternehmen bieten sich Kooperationen an. Der Zusammenschluss von mehreren kleinen Firmen kann zu einer Größe führen, die es erlaubt, als Anbieter aufzutreten und aus der Nische hervorzutreten. Im Marketing kann der Synergieeffekt genutzt und im Einkauf eine bessere Verhandlungsposition erreicht werden. Ein Beispiel für einen solchen Zusammenschluss in der Schweiz ist die „Buchhaus-Gruppe“.⁵⁴⁰ Diese war die Arbeitsgemeinschaft zweier größerer Buchhandlungen, die gemeinsam eine dritte Buchhandlung übernommen haben. Sie entstand 2000, die Buchhandlung Rösslitor (St. Gallen) übernahm zusammen mit Lüthy (Solothurn) die Buchhandlung Stocker (Luzern).⁵⁴¹ Nach zwei Jahren wurde die Zusammenarbeit auf Grund persönlicher und kultureller Differenzen mit dem Ausstieg der Firma Rösslitor beendet. Das Unternehmen Lüthy übernahm den Anteil von Rösslitor an der Stocker AG, gehört damit weiter zu den überregionalen Filialisten und erzielt einen jährlichen Umsatz von 38 Mio. Franken. Damit ist das Unternehmen das viertgrößte im Schweizer Buchhandel. Rösslitor ist mit einem Umsatz von 20 Millionen Franken das fünftgrößte Schweizer Buchhandelsunternehmen, hat aber keine überregionalen Filialen mehr und wird deshalb nicht zur Gruppe der Filialisten hinzugezählt.⁵⁴²

Insgesamt werden die Möglichkeiten von Kooperationen wenig genutzt, sieht man von Schweizer Bücherzentrum ab.⁵⁴³ Dies lässt sich vermutlich durch die persönlichen Barrieren erklären, welche viele Unternehmensinhaber in Bezug auf Teilverlust ihrer Unabhängigkeit haben. Zudem sind solche Bemühungen mit Kosten verbunden, welche die Einsparungen teilweise wieder aufheben. Die Belastungen steigen besonders dann, wenn viele Parteien beteiligt sind. Doch Beispiele aus anderen Unternehmen der Einzelhandelsbranche zeigen, dass Kooperationen durchaus möglich sind.⁵⁴⁴

⁵³⁹ Rusch: Buchhandel in der Schweiz. S. 213

⁵⁴⁰ Rusch: Buchhandel in der Schweiz. S. 186f

⁵⁴¹ Rusch: Buchhandel in der Schweiz. S. 211

⁵⁴² Rusch: Buchhandel in der Schweiz. S. 211

⁵⁴³ Rusch: Buchhandel in der Schweiz. S. 187

⁵⁴⁴ Rusch: Buchhandel in der Schweiz. S. 187

5.3.4.2. Ketten (Discounter)

Mit etwa 15 Filialen von Weltbild und rund 115 Filialen von Ex Libris gibt es in der Deutschschweiz zwei Discount-Ketten. In der Romandie ist es mit drei Filialen das Unternehmen FNAC. Ex Libris hat sein Angebot auf CDs und DVDs ausgeweitet, FNAC bietet außerdem noch PCs und Unterhaltungselektronik an.⁵⁴⁵ Weltbild verkauft vor allem Bücher, listet in seinem Versandkatalog jedoch auch andere Artikel auf. Der Umsatz dieser drei Ketten liegt laut Rusch bei etwa 60 Millionen Franken, was 7% des Gesamtumsatzes ausmacht.⁵⁴⁶ Neiger und Trappel schätzen den Umsatz auf etwa 9%.⁵⁴⁷ Anders als bei Filialen werden Einkauf und Marketing zentral gesteuert, die einzelnen Filialen haben wenig Einfluss. Angeboten wird ein begrenztes Sortiment von gängigen Titeln. Vor allem sind dies das Moderne Antiquariat, nicht preisgebundene Titel und günstige Sonderausgaben im untersten Preissegment.⁵⁴⁸ Bei FNAC werden auch höherwertige Titel angeboten werden, außerdem gibt es eine Bestellmöglichkeit. Der Vorteil ist, dass die Sortimentsplanung und der Einkauf zentralisiert und dadurch überschaubar bleibt. So können einträgliche Konditionen erreicht werden. In der Regel wird niedriger qualifiziertes Personal angestellt, da nur wenige Dienstleistungen angeboten werden. Die Standorte liegen oft in Einkaufszentren oder Einkaufsstrassen.⁵⁴⁹ Durch Konzernzugehörigkeit gibt es große finanzielle Ressourcen. Nachteilig ist, dass nur beschränkte Auswahl und kaum Beratung verfügbar ist. Es werden „Schnäppchen“ gemacht, Kundenbindung ist kaum vorhanden. Durch die Zentralisierung kann nicht schnell auf die Veränderungen des Markts reagiert werden.⁵⁵⁰

5.3.4.3. Versandbuchhandel

Die Gruppe des Versandbuchhandels teilt sich in den Internetbuchhandel, Buchklubs und Katalogversand und den Direktverkauf der Verlage. Bücher werden mit wenig Aufwand versendet. Durch die Möglichkeiten des Internets erlebte der Versandbuchhandel einen Aufschwung. Der Marktanteil in der Schweiz wurde auf etwa 13% geschätzt, wobei laut Rusch 5% auf Internetbuchhandel, 6% auf Katalogversand

⁵⁴⁵ Rusch: Buchhandel in der Schweiz. S. 216

⁵⁴⁶ Rusch: Buchhandel in der Schweiz. S. 217

⁵⁴⁷ Neiger/Trappel: Buchmarkt und Buchpreisbindung in der Schweiz. S. 51

⁵⁴⁸ Rusch: Buchhandel in der Schweiz. S. 217

⁵⁴⁹ Rusch: Buchhandel in der Schweiz. S. 217

⁵⁵⁰ Rusch: Buchhandel in der Schweiz. S. 218

und Buchclubs und 2% auf Direktverkaufe fallen.⁵⁵¹ Laut Neiger und Trappel entfallen 5% auf das Internet und 5% auf Buchgemeinschaften.⁵⁵² Konkurrenz erwächst aus den Buchhandlungen, die bestellte Bücher ebenfalls nach Hause liefern.

Der Vorteil des Versandbuchhandels besteht darin, dass Kunden die Artikel zu Hause bestellen können und damit weder Zeit noch Kosten aufbringen müssen, eine Buchhandlung zu besuchen. Außerdem sind sie an keine Ladenöffnungszeiten gebunden. In der Regel gibt es ein zentrales Warenlager und eine effiziente Logistik bei einem unbeschränkten Einzugsgebiet. Die Lieferungen aus Deutschland sind um 15-20% günstiger als jene aus der Schweiz (Überhöhung der Schweizer Buchpreise).⁵⁵³ Als negativ werden Versandkosten, Verpackungs- und Kommissionierungskosten angesehen. Weiters wird keine Kundenbeziehung aufgebaut, es erfolgt keine persönliche Beratung und die Möglichkeit, das Buch physisch zu erfassen, gibt es nicht.⁵⁵⁴

5.3.4.4. *Internetbuchhandel und Katalogversand*

Der Internetbuchhandel unterliegt keiner Sortimentsbeschränkung. Es besteht die Möglichkeit, Texte digital zu versenden, womit die Versandkosten umgangen werden. Als Nachteil kann die Beschränkung auf Internet-User angeführt werden, auch ist die Kundenbindung gering. Nur wenigen Unternehmen gelingt es, rentabel zu wirtschaften.⁵⁵⁵

Es gibt drei Untergruppen: die Internet-Discounter, die ein kleines Sortiment preisgünstig vertreibt, den Internet-Fachmarkt, der die größtmögliche Sortimentstiefe und Sortimentsbreite anbietet, bekanntestes Beispiel ist wohl Amazon, aber auch books.ch (Orell Füssli), buecher.ch (Rösslitor) oder buch.ch (ThaliaPhoenix)⁵⁵⁶ und die Internet-Spezialhändler, die vor allem Nischenprodukte anbieten. So gab es beispielsweise bis 2008 das Unternehmen buchundton.ch (Hörbücher), das nun von buch.ch weitergeführt wird.⁵⁵⁷

⁵⁵¹ Rusch: Buchhandel in der Schweiz. S. 221

⁵⁵² Neiger/Trappel: Buchmarkt und Buchpreisbindung in der Schweiz. S. 51

⁵⁵³ Rusch: Buchhandel in der Schweiz. S. 221f

⁵⁵⁴ Rusch: Buchhandel in der Schweiz. S. 222; Konkrete Verkaufszahlen der einzelnen Vertriebsmöglichkeiten ließen sich nicht ermitteln.

⁵⁵⁵ Rusch: Buchhandel in der Schweiz. S. 223

⁵⁵⁶ <http://www.books.ch/shop/action/?aUrl=90007790>; 16.05.2010

⁵⁵⁷ Rusch: Buchhandel in der Schweiz. S. 224; <http://buchundton.ch>. 16.05.2010

Neben dem Katalogversand werden auch Buchklubs betrieben, die allerdings in den letzten Jahren stark zurückgegangen sind. In der Schweiz gibt es Versandhändler, wie beispielsweise Silva, die Bücher gegen Sammelpunkte anpreisen.⁵⁵⁸ Der Unterschied zum Internetbuchhandel besteht darin, dass das Sortiment stark eingeschränkt ist. Mit wenigen, gut gängigen Titeln lassen sich Logistikkosten gering halten, dank der großen Einkaufsmengen können hohe Bruttomargen erzielt werden.⁵⁵⁹ Kataloganbieter haben außerdem oftmals Parallelausgaben im Eigenverlag, welche günstiger verkauft werden können.⁵⁶⁰

5.3.4.5. *Direktverkauf*

Die vorletzte Untergruppe stellen die Direktverkäufe der Verlage dar. Durch den relativ geringen Marktanteil von etwa 2% sind diese nicht bedeutend. (In Deutschland liegt der Marktanteil bei 16%, was sich dadurch erklären lässt, dass in Deutschland viele Verlage den Handel direkt beliefern, während in der Schweiz beinahe alle Verlage den Logistikbereich an Zwischenbuchhändler abgegeben haben.⁵⁶¹) Es werden vor allem Titel angeboten, die nicht ins Sortiment von Buchhandlungen aufgenommen wurden, zumeist handelt es sich um wissenschaftliche Fachbuchverlage.⁵⁶²

5.3.4.6. *Nebensortiment*

Die Verkaufsstellen mit Büchern im Nebensortiment sind erwähnenswert, da Bücher als Ergänzung des Hauptsortiments angeboten werden. Sie wenden sich vor allem an Spontan-Käufer. Der Gesamtumsatz von Warenhäusern, Kiosken, Tankstellen, Supermärkten und dergleichen macht mit etwa 10% einen relativ hohen Anteil am Buchhandelsumsatz aus.⁵⁶³ Dazu kommen außerdem die Buchumsätze des übrigen Einzelhandels, in denen Bücher als Zusatzprodukt angeboten werden, wie

⁵⁵⁸ Rusch: Buchhandel in der Schweiz. S. 228

⁵⁵⁹ Rusch: Buchhandel in der Schweiz. S. 228

⁵⁶⁰ Rusch: Buchhandel in der Schweiz. S. 228f

⁵⁶¹ Rusch: Buchhandel in der Schweiz. S. 229

⁵⁶² Genaue Zahlen zu den Direktverkäufen der Verlage in der Schweiz ließen sich nicht ermitteln.

⁵⁶³ Rusch: Buchhandel in der Schweiz. S. 231; Neiger/Trappel: Buchmarkt und Buchpreisbindung in der Schweiz. S. 51; (Rusch spricht von 10%, Neiger/Trappel von 9%)

beispielsweise Gartenbücher in Floristik-Unternehmen oder Weinbücher in Weinhandlungen. Diese haben einen Marktanteil von etwa 5%.⁵⁶⁴

5.3.5. Import und Export

In der Schweiz gibt es etwa 450 Verlage, die beinahe 11 000 Neuerscheinungen in allen Landessprachen publizieren.⁵⁶⁵ Mehr als 50% der in der Schweiz produzierten Bücher werden exportiert.⁵⁶⁶

Vier von fünf Büchern sind aus dem Ausland importiert, die Buchimporte haben zwischen 1988 und 2000 um 50% zugenommen und sind von 430 auf 650 Millionen CHF gestiegen.⁵⁶⁷ Dies lässt sich durch die relativ geringe Anzahl von schweizer Verlagsproduktionen erklären, der Buchmarkt wird vor allem mit Titel aus dem Ausland, vor allem aus Deutschland, versorgt.

5.3.6. Förderungen in der Schweiz

Die Buchförderung in der Schweiz besteht vor allem aus Finanzhilfen. Es gibt die Kulturförderung durch den Bund sowie jene der Kantone, die die Branche durch Preise für Autoren und Übersetzungen unterstützen.⁵⁶⁸ Auch Verlage werden finanziell unterstützt, im Jahr 2006 betragen die Förderungen 4,5 Millionen Franken.⁵⁶⁹

Das Schweizer Buch wird von drei wichtigen Förderern des Bundes unterstützt, von Pro Helvetia (vor allem Übersetzungen, Druckkostenzuschüsse sowie Autorenförderung)⁵⁷⁰, dem Bundesamt für Kultur (Buchvertrieb ins Ausland, Leseförderung)⁵⁷¹, und den Nationalfonds, die vor allem die Herstellung von wissenschaftlichen Titeln unterstützen.⁵⁷²

⁵⁶⁴ Rusch: Buchhandel in der Schweiz. S. 231

⁵⁶⁵ Diese Zahlen stammen aus dem Jahr 2000.

⁵⁶⁶ <http://www.buchvielfaltbewahren.ch/files/press/Argumente-fuer-die-Preisbindung.pdf>; 23.08.2010

⁵⁶⁷ Prognos: Buchmarkt und Buchpreisbindung in der Schweiz. S. 4

⁵⁶⁸ Rieder: Wettbewerb und Kultur. S. 80ff

⁵⁶⁹ Parlamentarische Initiative. Regulierung der Bücherpreise. Bericht der Kommission für Wirtschaft und Abgaben des Nationalrates. 20. April 2009.

(<http://www.admin.ch/ch/d/gg/pc/documents/1713/Bericht.pdf>; 04.05.2010) S. 10

⁵⁷⁰ <http://www.prohelvetia.ch/FOERDERUNG.7.0.html?&L=0>; 05.05.2010

⁵⁷¹ <http://www.bak.admin.ch/themen/kulturfoerderung/00497/index.html?lang=de>; 05.05.2010

⁵⁷² <http://www.snf.ch/D/foerderung/Publikationen/Seiten/default.aspx>; 05.05.2010

Außerdem werden Bibliotheken gefördert, die Werke mit Schweiz-Bezug sammeln, erschließen, erhalten und der Öffentlichkeit zugänglich machen. Darüber hinaus existiert auch in der Schweiz ein reduzierter Mehrwertsteuersatz auf Bücher (2,4%).⁵⁷³

1999 begann die Kulturstiftung Pro Helvetia in Zusammenarbeit mit dem Migros Kulturprozent eine Initiative zur Verlagsförderung. Zwischen 1999 und 2004 wurden 15 Verlage aus allen Sprachregionen mit Verlagsprämien in der Höhe von 1,8 Millionen Franken unterstützt.⁵⁷⁴

Daten zum Anteil der Titel, die nur durch Publikationsbeiträge von privaten und öffentlichen Stiftungen, staatlichen Institutionen und Sponsoren erscheinen konnten, ließen sich nicht ermitteln. Jedoch wurden 2004 wissenschaftliche Veröffentlichungen durch Publikationsbeiträge des Nationalfonds in der Höhe von 1,873 Millionen Franken ermöglicht.

Übersetzungen zwischen den Landessprachen werden durch spezielle Übersetzungsförderungen finanziert.⁵⁷⁵ Alle Förderungen haben zum Ziel, eine große Vielfalt an Büchern zu finanzieren und damit zu ermöglichen.

5.4. *Kinder- Jugendbuchmarkt in der Schweiz*

In diesem Segment stehen einander viele Verlage mit jeweils geringen Marktanteilen gegenüber. Eine Besonderheit ist, dass Käufer selten die Rezipienten sind, da Bücher, wie bereits erwähnt, oftmals als Geschenke von Erwachsenen für Kinder erworben werden. Daher ist eine kompetente Fachberatung wichtig. Die Preise dürfen, auf Grund der vergleichsweise kurzen Nutzungsdauer der Bücher, nicht zu hoch angesetzt sein.⁵⁷⁶

Das gilt insbesondere für den Bereich der kleinen Geschenkbücher. Impulskäufe sind hier häufig, es bedarf keiner spezifischen Beratung. Daher ist dieser Bereich des Kinder- und Jugendbuchmarkts ein interessantes Feld für den Warenhausbuchhandel, der auf „Selbstläufer“ setzt.⁵⁷⁷

⁵⁷³ <http://www.vatax.ch/de/mwst.html>; 05.05.2010

⁵⁷⁴ Buchlobby Schweiz (Hrsg.): Verlagsförderung für die Schweiz. 2008.
(http://www.buchlobby.ch/pdf/Verlagsfoerderung_Konzept_2008-01-13.pdf. 23.08.2010)

⁵⁷⁵ Buchlobby Schweiz (Hrsg.): Verlagsförderung für die Schweiz. 2008.
(http://www.buchlobby.ch/pdf/Verlagsfoerderung_Konzept_2008-01-13.pdf. 23.08.2010)

⁵⁷⁶ Füglistaller, Urs/ Grüner, Andreas/ Rusch, Cristian: Dienstleistungskompetenz und Dienstleistungscontrolling im Schweizer Buchhandel – Ergebnisse einer Erhebung bei 82 Buchhandlungen und 693 Kunden im Mai 2001. St. Gallen: Schweizerisches Institut für gewerbliche Wirtschaft an der Universität St. Gallen: 2001.S.35

⁵⁷⁷ Füglistaller/Grüner/Rusch: Dienstleistungskompetenz und Dienstleistungscontrolling im Schweizer Buchhandel. S.35

Als Teilbereich des Kinder- und Jugendbuchmarkts ist der Schulbuchmarkt zu sehen. Dieser zeichnet sich dadurch aus, dass ihm vom Buchhandel keine verkaufsfördernden Strategien zudedacht werden. Die Kaufentscheidungen werden von der jeweiligen Schulbehörde getroffen. Ein Spezifikum der Schweiz ist, dass der Staat durch die kantonalen Schulbuchverlage in dieses Segment erheblich eingreift.⁵⁷⁸ Im privatwirtschaftlichen Bereich gibt es eine sehr hohe Spezialisierung. Lehrmittel werden in den Primar- und Sekundarstufen kostenfrei an Schüler ausgegeben. Lediglich mit Privat- und Mittelschulen kann der Handel Umsatz erzielen. Es gibt keine Buchberatung, die Preiselastizität ist gering. Die Verkaufsstellen sind abhängig von der jeweiligen Schule, die Titel werden in der Regel von den Lehrpersonen vorgegeben.⁵⁷⁹ Hervorhebenswert erscheinen mir drei Verlage, die Kinder- und Jugendbücher produzieren. Zum einen Diogenes, da er der größte Buchverlag der Schweiz ist und der NordSüd Verlag, der der sich durch die Höhe seiner Bilderbuchproduktion hervorhebt. Als drittes sei der 2010 gegründete Bilderbuchverlag Aracari erwähnt. Dieser hat es sich zum Ziel gemacht, „Kindern und auch Erwachsenen auf eine zeitgemäße Weise etwas Authentisches zurückzugeben.“⁵⁸⁰ Die Bücher des Programms haben, laut Verlagschef Andreas Gerber etwas Archaisches, Ungewöhnliches. Durch starke Bildsprache will man auf sich aufmerksam machen.

Der Diogenes Verlag wurde 1954 von Daniel Keel gegründet. Seitdem sind Bücher von Autoren wie Shakespeare, Molière, Flaubert, Stendhal, Balzac, Dickens, Tolstoi und Fitzgerald erschienen. Zu den größten Verkaufserfolgen zählen die Titel *Das Parfum* von Süßkind sowie *Im Westen nichts Neues* von Remarque. Neben Belletristik erscheinen auch Bilderbücher und Kinderbücher, zu den bekanntesten Autoren zählen Lorient, Sempé, Waechter, Ungerer und Sendak.⁵⁸¹

Der NordSüd Verlag veröffentlicht etwa 40 Bilderbücher jährlich. Der Hauptsitz des Verlags ist in der Schweiz, es gibt zwei Tochtergesellschaften, zum einen ist dies NorthSouth Books in den USA, zum anderen die Editions NordSud in Frankreich.

Die Schwerpunkte liegen in den Bereichen Bilderbuch, Geschenkbuch, zweisprachigen Bilderbüchern und Non-Books. Die Backlist des Verlags umfasst etwa 220 Bücher, es erscheinen außerdem zahlreiche Merchandising Produkte zu Kinofilmen und

⁵⁷⁸ Füglistaller/Grüner/Rusch: Dienstleistungscompetenz und Dienstleistungscontrolling im Schweizer Buchhandel. S. 36

⁵⁷⁹ Füglistaller/Grüner/Rusch: Dienstleistungscompetenz und Dienstleistungscontrolling im Schweizer Buchhandel. S.36

⁵⁸⁰ o.V.: Es soll authentisch werden. In: Buchreport Spezial: Kinder- & Jugendbuch. 2010. S. 5

⁵⁸¹ <http://www.diogenes.ch/leser/verlag/geschichte>; 06.09.2010

Zeichentrickserien um Bilderbuchfiguren aus Büchern des Verlags. Zu diesen zählen *Der Regenbogenfisch*, *Der kleine Eisbär* und *Pauli*. Bekannte Illustratoren des Verlags sind Marcus Pfister, Hans de Beer und Eva Tharlet.⁵⁸²

Schweizer Kinderbuchverlage decken ein breites Spektrum von Interessen ab. Gerade Neugründungen wie der Aracari Verlag zeigen, dass trotz der gegenwärtigen Zeit wirtschaftliche Risiken eingegangen werden, um die Verlagslandschaft abwechslungsreich zu gestalten.

5.5. *Leserforschung*

5.5.1. Allgemein

Internationale Studien zur Lesekompetenz haben gezeigt, dass 16-17% der Schweizer im Alter zwischen 16 und 65 Jahren ungenügend abschneiden. Ein Drittel der Jugendlichen sind nach Beendigung der Schulpflicht funktionale Analphabeten.⁵⁸³ Es wurden nur jene Personen miteinbezogen, die ihre Ausbildung hauptsächlich in der Schweiz absolviert haben. Damit liegt die Schweiz in Bezug auf die Lesekompetenz im internationalen Vergleich im unteren Mittelfeld.⁵⁸⁴

Die verwendete Untersuchung zur Leserforschung in der Schweiz wurde 2000 vom Staatssekretariat für Wirtschaft und dem Bundesamt für Kultur in Auftrag gegeben und 2001 in der deutschsprachigen Schweiz durchgeführt.⁵⁸⁵

Die Studie zeigt, dass das Lesen von Büchern auf der Beliebtheitskala mit 55% an siebenter Stelle steht. An erster Stelle steht das Zeitung lesen (80%), gefolgt von Fernsehen (77%), Musik hören (69%), Zeit mit Freunden verbringen (67%), Zeitschriften lesen (67%) sich ausruhen und entspannen (63%).⁵⁸⁶

Jede Person verfügt über ein bestimmtes Zeitkontingent. Dieses wird zwischen Arbeit und Freizeit aufgeteilt. Ein Teil der Freizeit wird in Kultur, Unterhaltung oder Weiterbildung investiert. Der Bücherkonsum fällt in diese Kategorie. Daher sind die

⁵⁸² <http://www.nord-sued.com/verlag/index.asp?LINKS=waschbaer.html&MAIN=ueberuns.html>;
06.09.2010

⁵⁸³ Keckeis, Peter: Gedanken zum schweizerischen Buchmarkt. In: Oppenheim, Roy (Hrsg.): Das Publikum als Programm. Bern: 2002. S. 287

⁵⁸⁴ Süss, Daniel/Bernhard, Erwin: Lesen bei Heranwachsenden und Erwachsenen in der Schweiz. In: Bonfadelli, Heinz; Bucher, Priska (Hrsg.): Lesen in der Mediengesellschaft. Zürich: 2002. S. 12

⁵⁸⁵ Füglistaller/Grüner/Rusch: Dienstleistungscompetenz und Dienstleistungscontrolling im Schweizer Buchhandel. S. 104; Rusch: Buchhandel in der Schweiz. S. 31

⁵⁸⁶ Rusch: Buchhandel in der Schweiz. S. 40

stärksten Konkurrenten Unterhaltungsmedien wie Fernsehen, Kino, Musik usw. Außerdem Freizeitunternehmungen wie Sport oder Gartenarbeit. Das Buch konkurriert weiters mit der Arbeitszeit. Verändert sich das Einkommen einer Person, ändert sich zumeist auch das Leseverhalten. Für Personen mit hohem Einkommen ist es teuer, Zeit mit Lektüre zu verbringen, geht man davon aus, dass die gleiche Zeit auch für die Arbeit verwendet werden könnte. Gleichzeitig aber stehen viele vergleichsweise teure Freizeitangebote zur Verfügung. Daher ist es denkbar, dass der Buchkonsum mit steigendem Einkommen sinkt. Allerdings stellt sich die Frage, ob dadurch auch weniger Bücher gekauft werden.

Da Lesen Zeit benötigt, gibt es einen maximalen Buchkonsum pro Person.⁵⁸⁷ Das Vorwissen steigt mit jedem gelesenen Titel, daher steigt auch der Nutzen bei zusätzlichem Konsum. Das lässt sich mit der Tatsache vereinbaren, dass mit steigender Bildung die Lesehäufigkeit wächst.

Auf der einen Seite steht die Gruppe von Viellesern, auf der anderen die Nichtleser. In den Umfragen schwankte der Wert der Nichtleser in den Jahren 1986 bis 2000 zwischen 8 und 16%, wobei diese Werte von nicht immer zuverlässigen Selbstauskünften stammen.⁵⁸⁸ Der Buchhandel macht seinen Hauptumsatz mit viel lesenden Stammkunden.

Eine Untersuchung von Heinz Bonfadelli zeigt, dass etwa 20% der schweizerischen Bevölkerung täglich liest. 17% nutzen Bücher mehrmals pro Woche, 12% einmal pro Woche, 36% seltener und 14% nutzen Bücher nicht.⁵⁸⁹ Bücher belegen damit den vierten Platz in der Mediennutzung hinter Tageszeitungen, Fernsehen und Radio. Sieht man sich die Nutzung von Büchern in der Schweiz zwischen 1986 und 2000 an, so lässt sich eine Kontinuität festmachen. 1986 nutzten 21% der Bevölkerung Bücher täglich, 1992 waren es 29%, 1997 19% und 2000 18%.⁵⁹⁰ Das bedeutet, dass die Buchnutzung stabil geblieben ist.

Cristian Rusch führte im Rahmen seiner Publikation „Buchhandel in der Schweiz. Eine empirisch-deskriptive Analyse der Marktstruktur und Entwicklung strategischer Optionen“ 2001 Kundenumfragen in 82 Deutschschweizer Buchhandlungen durch, die

⁵⁸⁷ Füglistaller/Grüner/Rusch: Dienstleistungskompetenz und Dienstleistungscontrolling im Schweizer Buchhandel. S. 31

⁵⁸⁸ Süss/Bernhard: Lesen bei Heranwachsenden und Erwachsenen in der Schweiz. In: Bonfadelli/Bucher: Lesen in der Mediengesellschaft. S. 14

⁵⁸⁹ Rusch: Buchhandel in der Schweiz. S. 44

⁵⁹⁰ Rusch: Buchhandel in der Schweiz. S. 45

in den Regionen Zürich, Basel, Bern, der Innerschweiz und der Ostschweiz beheimatet sind.⁵⁹¹

Durch die demographischen Merkmale der 693 befragten Kunden lassen sich laut Rusch Rückschlüsse auf die gesamte Kundenstruktur des Schweizer Buchhandels ziehen.⁵⁹²

Die Kunden wurden beim Verlassen der Buchhandlung gefragt, ob sie an der Erhebung teilnehmen. Die Mehrzahl der befragten Personen war weiblich (56,2%), eine Tatsache, die auch von Ergebnissen der Leserforschung unterstützt wird. Frauen lesen bzw. kaufen mehr Bücher als Männer. Die Kunden waren hauptsächlich Personen mit einem höheren Ausbildungsniveau, 37% der Kunden haben einen Universitäts- oder Fachhochschulabschluss.⁵⁹³ Zählt man jene mit Maturaabschluss hinzu, so kommt man auf nahezu 60%.⁵⁹⁴

Etwa 80% der Kunden gaben an, dass sie die Buchhandlung alle zwei bis drei Monate aufsuchen, 41,3% gehen mindestens einmal pro Monat in eine Buchhandlung.⁵⁹⁵ 6,5% erwarben mehr als fünf Bücher pro Monat, 20,4% drei bis fünf Bücher, 61,1% ein bis zwei Bücher und 12% kauften keine Bücher.⁵⁹⁶

Buchberatungen wurden von 53,2% der Käufer nur selten in Anspruch genommen, lediglich 11,3% möchten immer beraten werden.⁵⁹⁷

Eine Buchhandlung wurde dann positiv eingeschätzt, wenn sie übersichtlich gestaltet ist, eine hohe Sortimentsbreite aufweist und kompetente Fachberatung bieten kann, die jedoch selten in Anspruch genommen wird.⁵⁹⁸

Der Preis eines Buches wurde als eher unwichtig eingestuft, für lediglich ein Drittel ist er wichtig oder sehr wichtig. Personen, die viele Bücher kaufen, sind weniger preissensibel als jene, für die der Bucherwerb eine Seltenheit ist.⁵⁹⁹ 67,7% der Kunden wissen von der Existenz von Preisbindungsregelungen.⁶⁰⁰ Die allgemeine Zufriedenheit der Kunden ist hoch, Kunden größerer Buchhandlungen sind meist zufriedener als jene, die kleine Buchhandlungen aufsuchen.⁶⁰¹

⁵⁹¹ Rusch: Buchhandel in der Schweiz. S. 129

⁵⁹² Rusch: Buchhandel in der Schweiz. S. 130

⁵⁹³ Rusch: Buchhandel in der Schweiz. S. 130f

⁵⁹⁴ Rusch: Buchhandel in der Schweiz. S. 131

⁵⁹⁵ Rusch: Buchhandel in der Schweiz. S. 131

⁵⁹⁶ Rusch: Buchhandel in der Schweiz. S. 132

⁵⁹⁷ Rusch: Buchhandel in der Schweiz. S. 136

⁵⁹⁸ Rusch: Buchhandel in der Schweiz. S. 156

⁵⁹⁹ Rusch: Buchhandel in der Schweiz. S. 137

⁶⁰⁰ Rusch: Buchhandel in der Schweiz. S. 138

⁶⁰¹ Rusch: Buchhandel in der Schweiz. S. 156

Abschließend konnte festgestellt werden, dass die Zahl der Viel- und Nichtleser in den vergangenen Jahren konstant geblieben ist. Bücher werden, trotz der im internationalen Vergleich relativ hohen Buchpreise, gekauft und genutzt.⁶⁰²

5.5.2. Kinder und Jugendliche

Die folgenden Ergebnisse stammen aus Befragungen von etwa 1300 Kindern und Jugendlichen, die zwischen 1997 und 1998 im Rahmen eines Projekts des Instituts für Publizistikwissenschaft und Medienforschung der Universität Zürich in Kooperation mit Forschungsgruppen der Universität Bern und dem Institut für Kommunikationswissenschaft der Universität der italienischen Schweiz durchgeführt wurden.⁶⁰³

Beinahe alle Kinder im Alter von 6 und 16 Jahren haben Zugang zu Büchern im Haushalt. Doch der Bücherbesitz alleine spiegelt nicht das Leseverhalten wieder. Je höher das soziale Milieu der Familien, desto eher besitzen Kinder eigene Bücher. Werden Kinder nach ihrer Mediennutzung befragt, so nennen diese zu 90% Bücher, womit sie international gesehen weit vorne liegen. In Großbritannien nutzen 54% der befragten Kinder Bücher, in den Niederlanden sind es 91%, der internationale Durchschnittswert liegt bei 79%.⁶⁰⁴

Die Lesehäufigkeit und Lesezeit wird im Durchschnitt mit 27 Minuten täglich angenommen, wobei Mädchen länger lesen als Jungen.⁶⁰⁵ Die fleißigsten Buchleser sind die 12- bis 13jährigen, danach nimmt die Lesezeit ab und die Nutzung auditiver Medien zu.⁶⁰⁶ Im Durchschnitt verwenden Mädchen Medien täglich 7 Stunden, bei Burschen liegt der Wert bei 8 Stunden. International gesehen liegt der Wert der Buchlesezeit von schweizerischen Kindern hoch, die Zeiten reichen von 15 Minuten in Großbritannien bis hin zu 35 Minuten täglich in Finnland. Der Durchschnittswert von allen

⁶⁰² Süss/Bernhard: Lesen bei Heranwachsenden und Erwachsenen in der Schweiz. In: Bonfadelli/Bucher: Lesen in der Mediengesellschaft. S. 21

⁶⁰³ Süss/Bernhard: Lesen bei Heranwachsenden und Erwachsenen in der Schweiz. In: Bonfadelli/Bucher: Lesen in der Mediengesellschaft. S. 14

⁶⁰⁴ Süss/Bernhard: Lesen bei Heranwachsenden und Erwachsenen in der Schweiz. In: Bonfadelli/Bucher: Lesen in der Mediengesellschaft. S. 15

⁶⁰⁵ Bucher, Priska: Leseverhalten und Leseförderung. Zur Rolle von Schule, Familie und Bibliothek im Medienalltag Heranwachsender. Zürich: 2004. S. 142

⁶⁰⁶ Süss/Bernhard: Lesen bei Heranwachsenden und Erwachsenen in der Schweiz. In: Bonfadelli/Bucher: Lesen in der Mediengesellschaft. S. 15

untersuchten Ländern liegt bei 21 Minuten.⁶⁰⁷ Dennoch gilt zu bedenken, dass die aufgewendete Lesezeit keinen Rückschluss auf die Qualität der Lektüre zulässt.

Die Interessen bei der Lektüre sind abhängig von Alter und Geschlecht. Beliebt sind die Themen Sport, Tiere, Musik, Abenteuer sowie Humor und Stars.⁶⁰⁸ Hier spiegeln sich Rollenbilder wieder, Mädchen interessieren sich eher für Stars, Musik und Romantik, Burschen für Sport und Abenteuer. 17% der Schweizer Kinder betrachten Bücher als geeignetes Medium, etwas Spannendes zu erleben. Damit liegen sie weit vorne, in Großbritannien sind es 4%, in den Niederlanden 22%, der Durchschnitt liegt bei 13%.⁶⁰⁹

Priska Bucher kommt in ihren Untersuchungen zu dem Ergebnis, dass im Unterschied zu Erwachsenen, bei denen etwa ein Drittel nicht, ein weiteres Drittel wenig und ein Drittel viel liest, Kinder und Jugendliche Bücher im vermehrten Ausmaß nutzen. 38% der Befragten geben an, ein bis fünf Bücher im vergangenen Jahr gelesen zu haben, 20% haben sechs bis zehn Titel gelesen, 12% elf bis zwanzig.⁶¹⁰

5.5.3. Leseförderung

Auch in der Schweiz wird der Welttag des Buches gefeiert.⁶¹¹ 2010 wurde eine Aktionswoche mit dem Slogan „Schenk ein Buch!“ organisiert, in der Buchhandlungen Geschenkbücher mit Grußkarte an jede Schweizer Adresse versendet haben. Die Aktion wurde von der Post gesponsert.⁶¹²

Zu den zahlreichen Projekten zur Leseförderung zählen die „Schweizer Erzählnacht“, die „Lange Nacht der kurzen Geschichten“,⁶¹³ „Buchstart“, „Die Bücherraupe“ und „Lesebazillus“. Hier ist vor allem das Schweizerische Institut für Kinder- und Jugendmedien (SIKJM) aktiv, das Projekte entwickelt und diese mit Unterstützung kantonaler und regionaler Organisationen umsetzt.

Bei „Buchstart“ handelt es sich um ein gemeinsames Projekt zur Frühsprachförderung von Bibliomedia Schweiz und dem SIKJM. Hier ist das Anliegen, Eltern die

⁶⁰⁷ Süss/Bernhard: Lesen bei Heranwachsenden und Erwachsenen in der Schweiz. In: Bonfadelli/Bucher: Lesen in der Mediengesellschaft. S. 15

⁶⁰⁸ Bucher: Leseverhalten und Leseförderung. S. 126f

⁶⁰⁹ Süss/Bernhard: Lesen bei Heranwachsenden und Erwachsenen in der Schweiz. In: Bonfadelli/Bucher: Lesen in der Mediengesellschaft. S. 17

⁶¹⁰ Bucher: Leseverhalten und Leseförderung. S. 120

⁶¹¹ <http://www.welttagdesbuches.ch/de>; 23.08.2010

⁶¹² <http://www.welttagdesbuches.ch/de/aktionen/1>; 23.08.2010

⁶¹³ o.V.: Die Lange Nacht der kurzen Geschichten. Ab jetzt wird jedes Jahr gelesen. In: Schweizer Buchhandel. 67. Jahrgang. Heft 11/09. 4.11.2009. S. 6

Wichtigkeit von Büchern und dem gemeinsamen Umgang mit ihren Kindern zu vermitteln. Jedes Neugeborene erhält ein Buchpaket.⁶¹⁴

Jährlich findet die „Schweizer Erzählnacht“ am 12. November statt. Auch das ist ein Projekt des SIKJM in Kooperation mit Bibliomedia Schweiz und UNICEF Schweiz.⁶¹⁵

Ziel all dieser Aktionen ist es, das Interesse und die Nachfrage nach Büchern zu erhöhen und potenzielle Kunden in Buchhandlungen zu bringen.

5.6. Interessensvertretung

5.6.1. Schweizer Buchhändler- und Verlegerverband

Was in Deutschland Börsenverein des Deutschen Buchhandels und in Österreich Hauptverband des Österreichischen Buchhandels ist, ist in der Schweiz der Schweizer Buchhändler- und Verlegerverband (SBVV). Mitglieder sind rund 250 Buchhandlungen sowie über 200 Verlage und 26 Zwischenbuchhändler. Er ist einer der ältesten Wirtschafts- und Arbeitgeberverbände der Schweiz.⁶¹⁶ Der Verband entstand 1949 aus dem Zusammenschluss des 1849 ins Leben gerufenen Schweizer Buchhändler-Verein und dem 1918 gegründeten Verein schweizerischer Verlagsbuchhändler.⁶¹⁷ Die enge Zusammenarbeit zwischen dem schweizerischen und dem deutschen Buchhandel zeigt sich daran, dass 1888 für alle Mitglieder des SBVV auch die Mitgliedschaft im Börsenverein verpflichtend wurde. Diese Anordnung galt bis 1922.⁶¹⁸

Er beinhaltet die drei Fachbereiche Buchhandel, Verlag und Zwischenbuchhandel und ist der Branchenverband für die deutschsprachige und rätoromanische Schweiz und Liechtenstein. Zu seinen Aufgaben zählen die Interessensvertretung der Mitglieder gegenüber Behörden und Politik, vor allem in kultur- und wirtschaftspolitischen Angelegenheiten, Öffentlichkeitsarbeit sowie Marketing für die Branche, Werbung und Anwesenheit bei Buchmessen, Aus- und Weiterbildung sowie Leseförderung. Weiters

⁶¹⁴ <http://www.buchstart.ch/buchstart/de/index.asp>; 23.08.2010

⁶¹⁵ <http://www.sikjm.ch/d/>; 23.08.2010

⁶¹⁶ Schweizer Buchhändler- und Verlegerverband (Hrsg.): Mitglieder des SBVV. (http://www.swissbooks.ch/cgi-bin/swiss_web.exe/show?session_id=17288562-1372-485B-B324-C3512955718F&page=swiss_mitglieder.html&newsearch=true&navi_id=14&pid1=1&pid2=14&pid3=-1&pid4=-1; 16.12.2009)

⁶¹⁷ Rieder: Wettbewerb und Kultur. S. 146

⁶¹⁸ Rusch: Buchhandel in der Schweiz. S. 55

regeln die Bestimmungen des SBVV den Geschäftsverkehr zwischen Handel, Verlagen, Zwischenbuchhandel und Endkunden.⁶¹⁹

Außerdem erstellt der SBVV alljährlich die Kennzahlen zum Schweizer Buchmarkt. Auch der Schweizer Buchpreis wird vom SBVV in Kooperation mit dem Verein LiteraturBasel verliehen.⁶²⁰ Gerade in den letzten Jahren befasst sich der Verband insbesondere mit der Wiedereinführung eines Buchpreisbindungsgesetzes. (vgl. Kap. 5.2.1). Wie auch in Österreich und Deutschland ist der SBVV die offizielle ISBN-Agentur des Landes. Außerdem gibt er die Fachzeitschrift „Schweizer Buchhandel“, als Print- und Onlineausgabe heraus, sowie einen wöchentlich erscheinenden Newsletter, der Verlagsinformationen, aktuelle Entwicklungen und Bestsellerlisten beinhaltet. Weiters gibt es in der Schweiz den Schweizerischen Schriftstellerinnen- und Schriftsteller-Verband (SSV). Dieser vertritt rechtliche und finanzielle Belange der AutorInnen. Zumeist können die Autoren von ihren Buch-Honoraren nicht leben, da der Markt dafür zu klein ist.⁶²¹

5.7. Buchmesse

Das erste Literaturfestival in Basel fand 1998 statt und wurde von Matthias Jenny initiiert. 2003 gelang die Kooperation des Festivals mit der zeitgleich stattfindenden Buch- und Medienmesse. Von 2002 bis 2007 fand die BuchBasel im Frühjahr statt. Im Dezember 2007 wurde bekannt gegeben, dass die BuchBasel ab 2008 aus Rentabilitätsgründen nicht mehr von der Messe Schweiz durchgeführt wird. Daraufhin wurde das Konzept überarbeitet, welches nun vorsah, dass Literaturfestival und Messe nun im November stattfinden und die Bezeichnung „Buch“ tragen sollen.⁶²² Ab 2010 jedoch wurde der Name, „BuchBasel“ wieder verwendet.⁶²³ Im Rahmen der Messe und des Festivals vergibt die LiteraturBasel seit 2008 in Kooperation mit dem SBVV den Schweizer Buchpreis.⁶²⁴ Die diesjährige Buchmesse verlief, laut Walter Jacobs (Handelsvertreter Diogenes) höchst erfolgreich.⁶²⁵

⁶¹⁹ Rieder: Wettbewerb und Kultur. S. 146

⁶²⁰ http://www.schweizerbuchpreis.ch/?navi_id=1; 16.12.09

⁶²¹ Neiger/Trappel: Buchmarkt und Buchpreisbindung in der Schweiz. S.66

⁶²² Buch.08; Buch.09

⁶²³ <http://www.buchbasel.ch>; 17.09.2010

⁶²⁴ o.V.: BuCH.09 und Buchpreis. In: Schweizer Buchhandel. 67. Jahrgang. Heft 11/09. 4.11.2009. S. 3

⁶²⁵ Gespräch mit Walter Jacobs am 21.11.2010

6. VERGLEICH DER BUCHMÄRKTE

6.1. *Rechtsvergleich Buchpreisbindung*

Einführend werden die verschiedenen Anwendungsbereiche der gesetzlichen Bestimmungen dargestellt, danach die Preisgestaltungs- und Rabattsysteme verglichen. Abschließend wird auf die Überwachung der Buchpreisbindung sowie auf Sanktionen als Reaktion auf Verstöße eingegangen.

6.1.1. Anwendungsbereich

Gemeinsam ist den hier behandelten Rechtsordnungen, dass sich das System der gebundenen Preise nicht allein auf Bücher, sondern darüber hinausgehend auch auf sonstige Verlagserzeugnisse wie Musikalien und kartographische Drucke, bezieht. In Österreich sind, etwa in Unterschied zu Deutschland, von der Preisbindung überdies auch Zeitschriften erfasst. Unterschiedlich ausgestaltet ist der Anwendungsbereich der Buchpreisbindungsbestimmungen weiters hinsichtlich der Sprachen der Werke: Während in Österreich lediglich deutschsprachige Werke von der Buchpreisbindung erfasst sind, dies ungeachtet dessen, ob es sich um in Österreich verlegte oder importierte Bücher handelt, sind in Deutschland auch fremdsprachige Werke preisgebunden, wenn diese vorwiegend am deutschen Markt vertrieben werden.

Der Gesetzesentwurf der Schweiz sieht vor, ebenso wie das NBA in Großbritannien es getan hat, dass die Preisbindung auf jene Werke Anwendung findet, die in der jeweiligen Landessprache verfasst sind.

6.1.2. Preisgestaltung

In den hier behandelten Rechtsordnungen kommen zwei Systeme der Buchpreisbindung vor. Während in Österreich und Großbritannien Verlage die Mindestpreise festsetzen, die abgesehen von den gleich näher zu behandelten Rabattsystemen, nicht unter-, jedoch überschritten werden dürfen, werden in Deutschland und der Schweiz Fixpreise festgesetzt, von denen, mit Ausnahme der Rabattregelungen seitens der Buchhändler, nicht abgewichen werden darf.

Rabattregelungen sind, wie bereits erwähnt, in jedem der genannten Preisbindungssysteme vorgesehen. Zusätzlich zu der generellen Möglichkeit einer

Rabattgewährung in einem gesetzlich festgesetzten Ausmaß besteht in allen Systemen die Möglichkeit zu weiterer Rabattgewährung für bestimmte Käuferkreise, wie etwa Bibliotheken, Schulen, Behörden und ähnliche.

Allgemein besteht die Buchpreisbindung regelmäßig nur für einen bestimmten Zeitraum. Nach Ablauf einer Frist von 12 (in Großbritannien) bis 24 (Österreich) Monaten ist, allenfalls unter weiteren Voraussetzungen, eine freie Gestaltung der Verkaufspreise durch die Buchhändler möglich. Dies führt dazu, dass unverkäufliche Titel nach Ablauf der Frist zu einem günstigeren Preis abverkauft werden und nicht als Remissionen an die jeweiligen Verlage zurückgeschickt werden.

Da weder in Großbritannien noch in der Schweiz zurzeit eine Preisbindung für Bücher besteht, kann der Verkaufspreis jederzeit festgesetzt werden. Auf die Probleme, die sich daraus ergeben, wurde bereits hingewiesen (vgl. Kap. 2.2.2). Manche Titel, vor allem Bestseller, werden sehr günstig verkauft, Rabatte von bis zu 50% gewährt.⁶²⁶ Dadurch sinkt die Gewinnspanne beträchtlich, was dadurch ausgeglichen wird, dass die Buchpreise allgemein steigen. Es erhöhen sich vor allem die Preise für wissenschaftliche Titel, die eine kleinere Zielgruppe ansprechen.⁶²⁷

Dies ist in Ländern, in denen eine Preisbindung besteht nicht möglich. Denn es gibt entweder einen Fixpreis oder einen Mindestpreis, der nur geringfügig unterschritten werden darf. Titel werden lediglich unter bestimmten Umständen günstiger verkauft, beispielsweise wenn sie Mängel aufweisen oder bereits einen bestimmten Zeitraum lang am Lager der betreffenden Buchhandlung lagen.

Durch die Preisbindung erzielen Unternehmen relativ sichere Umsätze, daher kann der Buchmarkt weitgehend ohne staatliche Unterstützung arbeiten.⁶²⁸

Wirtschaftspolitisch gesehen unterstützt die Preisbindung mittelständische Unternehmen und wirkt der Konzernbildung entgegen. Die Buchpreise bleiben beständig und Kunden müssen die Preise nicht vergleichen. Der eigentliche Wettbewerb findet nicht über den Preis, sondern über Zusatzangebote wie Beratung und Service statt. Nachteilig in Ländern mit Preisbindung ist die Einschränkung des Wettbewerbs.

Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass Systeme mit Buchpreisbindung eine hohe Anzahl von Titeln verbilligen, während jene der Preisfreiheit einen großen umsatzmäßigen Produktionsanteil ermäßigen.

⁶²⁶ Rürup/Klopfleisch/Stumpp (Hrsg.): Ökonomische Analyse der Buchpreisbindung. S. 189f

⁶²⁷ Goldschmitt: Grenzüberschreitende Buchpreisbindung und internationaler Buchmarkt. S. 66

⁶²⁸ Goldschmitt: Grenzüberschreitende Buchpreisbindung und internationaler Buchmarkt. S. 14

6.1.3. Überwachung und Sanktionen

Während zunächst in ganz Europa Verstöße gegen die Buchpreisbindung vor allem mit Lieferboykotten sanktioniert wurden, entwickelten sich in Österreich, Deutschland und der Schweiz⁶²⁹ ab dem Ende des 2. Weltkriegs Gesetze gegen den unlauteren Wettbewerb, die ein gerichtliches Vorgehen gegen Wettbewerbsverstöße ermöglichten. Im Gegensatz zu Deutschland, wo das dBPrBG selbst Sanktionen vorsieht, kommt das öBPrBG mit einem Verweis auf das Gesetz gegen unlauteren Wettbewerb (UWG) aus. Nach § 7 BPrBG gelten Handlungen gegen die Buchpreisfestsetzung und Buchpreisbindung als Handlungen gegen den lautereren Wettbewerb.⁶³⁰ Auf dieser Grundlage stehen betroffenen Mitbewerbern, Vereinigungen zur Förderung wirtschaftlicher Interessen von Unternehmern, Interessenvertretungen und „Amtsparteien“ wie beispielsweise die Wirtschaftskammer Österreich oder der Österreichische Gewerkschaftsbund, Bundeswettbewerbsbehörde und Verein für Konsumenteninformation, Unterlassungs- und Schadenersatzansprüche zu.⁶³¹ Sowohl in Österreich als auch in Deutschland ist ein „Preisbindungstreuhänder“ vorgesehen, der die zentrale Anlaufstelle der Branche in Buchpreisbindungsfragen ist und auch klagslegitimiert ist. Mit der Einrichtung dieses Treuhänders schuf der Gesetzgeber die Möglichkeit einer brancheninternen Sanktionierung von Verstößen.⁶³² Bei Verstößen gegen die Buchpreisbindung stehen betroffenen Mitbewerbern auch in Deutschland und der Schweiz Unterlassungs-, und Beseitigungsansprüche, sowie ein Anspruch auf Schadenersatz und Urteilsveröffentlichung zu.⁶³³ Das NBA sieht keine gerichtlich durchsetzbaren Sanktionen vor, wodurch Verstöße gegen die Buchpreisbindung hauptsächlich mit dem Ausschluss aus der Booksellers Association und Lieferboykotten bedroht waren. Durch diese Maßnahmen und Möglichkeiten ließ und lässt sich die Preisbindung flächendeckend durchsetzen, jedoch kommt es immer wieder zu Überschreitungen, die den zuständigen Personen und Organen branchenintern zugespielt werden und in der Praxis zumeist mit Geldstrafen geahndet werden.

⁶²⁹ Entwurf 2009

⁶³⁰ iSd § 1 UWG

⁶³¹ Der Verein für Konsumenteninformation ist allerdings nur eingeschränkt klagslegitimiert.

⁶³² In Österreich wäre, durch den Verweis des § 7 BPrBG auf das UWG und damit auf die Aktivlegitimation der Vereinigungen zur Förderung wirtschaftlicher Interessen von Unternehmern, die Erwähnung des „Preisbindungstreuhänders“ nicht nötig gewesen.

⁶³³ In der Schweiz kann darüber hinaus noch auf Herausgabe des Gewinnes entsprechend den Bestimmungen der GoA geklagt werden.

6.2. Aktuelle Marktentwicklung

6.2.1. Allgemein

Die untersuchten Länder entwickelten sich in den letzten Jahren, durch Einflüsse der Medien und der Erschließung und Benutzung neuer Vertriebswege in ähnliche Richtungen, jedoch sind die Veränderungen der Märkte unterschiedlich weit vorangeschritten.

Die Buchmärkte in Deutschland, Österreich und der Deutschschweiz sind zum einen auf Grund der gleichen Sprache, zum anderen da dieselben großen Marktteilnehmer agieren, eng miteinander verknüpft.⁶³⁴ Daher werden sie in den folgenden Ausführungen oftmals als Gesamtmarkt betrachtet.

Interessant für einen Vergleich ist zunächst, wie und in welchen Verteilungen Umsätze generiert werden.⁶³⁵

Die vier größten Konzerne Großbritanniens⁶³⁶ erwirtschafteten im Jahr 2006 über 80% des gesamten Belletristikumsatzes (vgl. Kap. 2.3.1). Bei Sachbüchern ist die Konzentration noch nicht so auffällig, da sie sich auf mehrere Anbieter verteilt. Jedoch halten die gleichen vier Konzerne beinahe 50% des Marktvolumens.

In Großbritannien ist die Marktkonzentration bereits weit fortgeschritten. Es ist davon auszugehen, dass sich dies in den kommenden Jahren fortsetzen wird.

Im deutschsprachigen Raum sind dies die Konzerne Bertelsmann, Holzbrinck und Springer.

Die Wahl der am besten geeigneten Vertriebswege für Verlage hängt von mehreren Faktoren ab. Zum einen von der jeweiligen Verlagsart, so vertreiben wissenschaftliche Fachverlage ihre Titel direkt, während Verlage, die hauptsächlich Belletristik produzieren, diese an Buchhandlungen, Supermärkte und andere Vertriebsorte weitergeben. Hier entwickelte sich in den letzten Jahren, ausgehend vom englischsprachigen Raum, die Praxis, Verlagen Regalmeter zu „verkaufen“. Verlage bezahlen dafür, dass ihre Titel in bestimmten Bereichen der Buchhandlung

⁶³⁴ Anschaulich ist dies im Ranking der 100 größten deutschsprachigen Verlage, da 95 Plätze auf deutsche Verlage entfallen, auf Schweizer Unternehmen drei (Diogenes, AT-Verlag AZ Fachverlage und Orell Füssli und auf österreichische Verlage zwei (Ueberreuter und Styria). Diese befinden sich allerdings auf den hinteren Rängen.

⁶³⁵ Bedauerlicherweise sind die Zahlen auch hier nicht zu Vergleichen, jedoch lassen sie Rückschlüsse auf allgemeine Entwicklungen zu.

⁶³⁶ Hachette, Bertelsmann, Pearson, News Corporation

(vorzugsweise der Eingangsbereich) präsentiert werden. Diese Entwicklung ist auch im deutschsprachigen Raum bereits bemerkbar.

Dies hat vor allem Konsequenzen für kleiner Verlage, die nicht über die benötigten Mittel verfügen und daher kaum nicht in den Buchhandlungen der Ketten vertreten sind.

Die Buchhandlung gilt nach wie vor als beliebter Ort, Bücher zu erwerben. Gegenwärtig wird hier auch das meiste Kapital für Werbung ausgegeben. In Großbritannien besuchen 44% der Buchkäufer am liebsten eine Buchhandlung, in Deutschland sind es etwa 52% (vgl. Kap. 3.3.4; Kap. 2.3.2.1). In der Schweiz werden 58% des Umsatzes durch den Sortimentsbuchhandel erwirtschaftet (vgl. Kap. 5.3.4).

Dennoch steigen die Verkäufe über andere Vertriebswege, wie Internet und Supermärkte, an. 32% der Buchkäufer erwerben diese in Großbritannien in Supermärkten, 22% über das Internet.⁶³⁷ Großbritannien ist hier in seiner Entwicklung am weitesten vorangeschritten, jedoch bieten auch in Österreich, Deutschland und der Schweiz bereits Supermärkte ein ausgesuchtes Sortiment von Büchern an (vgl. Kap.: 2.3.2). Ein Grund für die Vorreiterrolle Großbritanniens mag sein, dass nach der Abschaffung der Preisbindung die Preise bei Bestsellern stark gefallen sind. Durch die großen Mengen, die Supermärkte einkaufen, können hohe Rabatte verhandelt werden, die teilweise an die Kunden weitergegeben werden. Dadurch entsteht allerdings die Gefahr, dass das Buch zur billigen Ware und das Preisbewusstsein der Konsumenten nachhaltig beeinflusst wird.

Obwohl sich traditionelle Buchhandlungen großer Beliebtheit erfreuen, mussten zahlreiche Unternehmen in den letzten Jahren schließen. In Großbritannien sank die Zahl der „Independent Bookshops“ nach Abschaffung des NBA (vgl. Kap.: 2.3.2.1). Jedoch hat sich gezeigt, dass Unternehmen mit ungewöhnlichen Konzepten, oder jene, die eine Nische gefunden haben, durchaus weiter bestehen können.

In Deutschland sinkt der Umsatzanteil von kleinen und mittelgroßen Buchhandlungen durch die Konkurrenz von Versand- und Onlinebuchhandel.⁶³⁸ 2008 gab es zahlreiche Neueröffnungen und Geschäftsübernahmen. DBH und Thalia erwirtschafteten 2008 26,9% des Gesamtumsatzes, die zehn größten Buchhandlungen Deutschlands brachten es gemeinsam auf über 38%.⁶³⁹

⁶³⁷ Clark/Phillips: Inside Book Publishing. S. 240

⁶³⁸ Lucius: Verlagswirtschaft. S. 52

⁶³⁹ Börsenverein: Buch und Buchhandel in Zahlen 2009. S. 17

Jedoch sind Filialisten wie Thalia, mit 248 Filialen in Deutschland,⁶⁴⁰ und die DBH bereits an ihre Grenzen gestoßen und gehen dazu über, unrentable Filialen zu schließen. Auch in Großbritannien wurden einige Niederlassungen der Buchhandelsketten Waterstone's und Blackwells aufgelöst.

In Österreich geht die Zahl der Buchhandlungen seit 1992 zurück, unabhängige Buchhandlungen sehen sich dem großen Druck ausgesetzt, gegen Buchhandelsketten ankämpfen zu müssen. Auch im österreichischen Buchhandel lässt sich ein Konzentrationsprozess bemerken. Dieser wurde zunächst von der Handelskette Libro und danach von Thalia forciert. Jedoch hat auch Thalia in Österreich erkannt, dass der Markt gesättigt ist. Die Zeit der Neueröffnungen scheint vorbei zu sein.

Auch in der Schweiz geht die Zahl der Buchhandlungen seit 1995 zurück.⁶⁴¹ Dies ließ sich nach der Aufhebung der Buchpreisbindung am stärksten in der französischsprachigen Schweiz bemerken, wo 105 Betriebe geschlossen wurden.

In der Schweiz gibt es vor allem kleine und mittelgroße Buchhandlungen, nur etwa 10% der Buchhandlungen führen ein Sortiment von mehr als 50 000 Titeln.⁶⁴² Der Internet- und Versandbuchhandel erreichte 2001 einen Marktanteil von 11%.⁶⁴³

Die Anbieter ThaliaPhoenix und Hugendubel erwirtschaften etwa ein Viertel des Buchumsatzes der Schweiz, was auf eine hohe Marktkonzentration hinweist. Die vier größten Buchhandelsunternehmen zusammen kommen auf einen Umsatz von etwa 28%.⁶⁴⁴

In der Schweiz wird ein großer Prozentanteil des Umsatzes von den Ketten erwirtschaftet, während die große Anzahl von kleinen Buchhandlungen für die hohe Versorgungsdichte gewährleistet.

Beispiele für filialisierte Buchhandelsunternehmen sind in Großbritannien Waterstone's, in Deutschland und Österreich Thalia, Weltbild und DBA und in der Schweiz ThaliaPhoenix und Hugendubel.

⁶⁴⁰ Stand: 01.05.2009

⁶⁴¹ In den Jahren zwischen 1995 und 1998 sank die Zahl der Buchhandlungen um über 10%.

⁶⁴² Rusch: Buchhandel in der Schweiz. S. 64

⁶⁴³ Schweizer Buchhändler- und Verlegerverband (Hrsg.): Der Buchhandel in der Schweiz. Zahlen und Kommentare. Broschüre. August 2008

⁶⁴⁴ ThaliaPhoenix, Hugendubel, Buchhaus Lüthy, Payot

Der österreichische Buchmarkt bezieht etwa 68,9% der Ware aus Deutschland. Umgekehrt importiert Deutschland durchschnittlich 1,2% der Titel aus Österreich.⁶⁴⁵ Österreich importiert weit mehr, als es exportiert, 2006 war der Wert der importierten Verlagserzeugnisse etwa fünf Mal so hoch wie jener der exportierten.⁶⁴⁶

Die Schweiz importiert ebenfalls einen Großteil der Bücher aus Deutschland. 2006 und 2007 bezog sie mehr Bücher aus Deutschland als Österreich. Dies änderte sich geringfügig 2008, als der österreichische Buchhandel Titel im Wert von 290 Millionen und die Schweiz für 265 Millionen Euro importierte. Insgesamt gesehen gingen die Importsummen jedoch zurück, in Österreich um 6,6%, in der Schweiz um 4,1%.⁶⁴⁷

Etwa 90% der aus Deutschland exportierten Bücher gehen in europäische Länder (vgl. Kap.: 3.6.1). Die beiden wichtigsten Länder sind, auf Grund der gleichen Sprache, die Deutschschweiz und Österreich. Deutschland importiert um beinahe 50% weniger als es exportiert. Wichtige Importpartner sind europäische Länder und Asien. Asien hat sein Importvolumen in den letzten Jahren nahezu verdoppelt, was an der Sachgruppe Kinderbuch liegt (Bilderbücher, vgl. Kap. 3.6.2).

In der Regel verfügen deutsche Verlage über bessere Vertriebsstrukturen, erreichen höhere Auflagen und verfügen über weitreichendere Werbemaßnahmen.

Deutsche Verlage expandierten, indem sie unter anderem österreichische Unternehmen aufkaufen. Ein Beispiel aus der jüngeren Vergangenheit ist die Übernahme des Paul Zsolnay Verlags durch die deutsche Hanser Gruppe.⁶⁴⁸

Großbritannien exportiert den größten Anteil in die USA, an zweiter Stelle steht Irland. Dies ist wenig überraschend, denn dies sind die größten Märkte für englischsprachige Literatur. Wie im deutschsprachigen Raum auch wird der höchste Anteil der exportierten Bücher in den gleichen Sprachraum geliefert.

Auf die Preisgestaltung wurde bereits näher eingegangen, jedoch gibt es ein interessantes Charakteristikum des Deutschschweizer Buchmarkts, das hier Erwähnung finden soll.

⁶⁴⁵ Diese Zahlen wurden in den Jahren von 2000 bis 2005 ermittelt. vgl. Hanreich/Kuschej/Grohall/Reis: Buchpreisregelungen. S. 92

⁶⁴⁶ Hanreich/Kuschej/Grohall/Reis: Buchpreisregelungen. S. 93

⁶⁴⁷ o.V.: Österreich ist wichtigstes Abnehmerland für deutsche Bücher. (http://www.buecher.at/show_content.php?sid=94&detail:id=3100; 01.09.2010)

⁶⁴⁸ Nach dem Tod von Zsolnay übernahm Hans W. Polak den Verlag, 1985 wurde er vom deutschen Verleger Ernst Leonhard übernommen, der zur englischen Verlagsgruppe Heinemann gehört. Im Dezember 1990 wurde der Verlag von der Verlagsunion Pabel-Moewig, einem Verlag der Heinrich Bauer-Gruppe übernommen.⁶⁴⁸ 1996 erwarb der Münchner Carl Hanser Verlag Zsolnay, der Verlagsstandort bleibt Wien. 2004 übernahm Zsolnay Anfang August den Deuticke Verlag.⁶⁴⁸

Im Gegensatz zu seinen Nachbarländern profitiert der Schweizer Buchhandel von den höheren Preisen, zu denen er seine Bücher anbietet. Die Umrechnung der von den deutschen Verlagen angegebenen Preise wird nicht nach dem Devisenkurs, sondern zu einem höheren Kurs, durchgeführt. Dies führt dazu, dass die Preise etwa 15-20% über jenen in Deutschland und Österreich liegen, jedoch ist zu beachten, dass die Differenz etwa dem Unterschied der Kaufkraft der beiden Länder entspricht. So wird in der Schweiz bei der gleichen Anzahl an verkauften Büchern ein höherer Umsatz gemacht, der wiederum zur Deckung der höheren Arbeits- und sonstigen Kosten verwendet wird. Damit ist der Gewinn in allen deutschsprachigen Ländern also etwa gleich hoch.⁶⁴⁹ Dies gilt allerdings nur, wenn der vom Verlag vorgegebene Preis eingehalten wird. Da in Großbritannien die Buchpreise frei sind, ist es schwer, konkrete Rückschlüsse auf die Gewinne zu ziehen. Jedoch ist davon auszugehen, dass die Bestseller auf Grund der verkauften Stückzahlen und Rabatte gewinnbringend sind und außerdem mit den allgemein höheren Buchpreisen ausgeglichen wird.

Im Vergleich zeigt sich, dass sich die Buchmärkte in ähnliche Richtungen entwickeln, wobei große, marktbeherrschende Händler zunehmen. Bei Märkten, in denen Preisbindungsbestimmungen bestehen, werden diese Entwicklungen abgefedert, da kleinere Marktteilnehmer nicht in Preisschlachten verwickelt werden können.

Für den Buchmarkt bedeutet diese Veränderung eine Verringerung des Angebots, da Kleinauflagen und Nischenprodukte zunehmend unrentabel werden.

6.2.2. Titelproduktion im Vergleich

Der folgende Teil bietet einen Überblick über die Titelproduktion der untersuchten Länder.

Grundlage für die folgende Statistik sind jene Zahlen, die vom Verlegerverband International Publishers Association (IPA) herausgegeben wurden. Bedauerlicherweise sind diese Daten lückenhaft. Fehlende Angaben sind nach Möglichkeit vervollständigt, indem andere Angaben hinzugezogen wurden.

Die Zahlen der IPA stehen jeweils an erster Stelle.

⁶⁴⁹ Der Mehrertrag in der Schweiz kommt zu etwa 35% dem Buchhandel und 15% dem Zwischenhandel zu. Die Flächen in Schweizer Buchhandlungen werden stärker ausgenutzt, um den höheren Mietpreis im Gegensatz zu Deutschland und Österreich auszugleichen.⁶⁴⁹

Die Daten Großbritanniens wurden durch Angaben der Nielsen BookData vervollständigt und ergänzt.⁶⁵⁰

Die Angaben für Österreich wurden mit jenen ergänzt, die vom HVB herausgegeben wurden.⁶⁵¹

Für die Schweiz nennt die IPA keine Zahlen. Die Statistik des Gutachtens der Prognos AG untersuchte die Buchproduktion von 1980 bis 2000 und bezieht sich auf die Gesamtproduktion der Schweiz.⁶⁵² Daher sind die Daten nicht direkt zu vergleichen, jedoch erscheinen in der Schweiz jährlich etwa 10 000 Titel (vgl. Kap.: 5.3.3).

Land	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Großbritannien	125.449 125.614	131.271 129.986	124.027 122.555	110.925 109.689	115.522 115.482	k.a. 119.46 5	k.a. 129.057
Deutschland	59.916	61.538	74.074	78.082	81.177	96.479	94.276
Österreich	7.802 4.914	8.773 k.a.	7.718 5.262	7.806 5.262	k.a. 5.169	k.a. 5.526	k.a. 7.060
Schweiz	k.a.	k.a.	k.a.	k.a.	k.a.	k.a.	k.a.

Grob zusammengefasst gibt es in Großbritannien jährlich etwa 130 000 Neuerscheinungen, im deutschsprachigen Raum sind es etwa 112 000 Titel, die sich wie folgt aufteilen: Deutschland 95 000, Österreich etwa 7 000 und Schweiz ungefähr 10 000 Titel.

Die Buchproduktion in Großbritannien ist in den letzten Jahren konstant geblieben. Seit 2002 hat sie sich ein wenig gesteigert, die Abschaffung des NBA scheint keinen Einbruch hervorgerufen zu haben.

In Deutschland steigerte sich die Produktion am auffälligsten, wurden 2002 etwa 60 000 Titel auf den Markt gebracht, waren es 2008 34 360 mehr. Dies kann auf eine

⁶⁵⁰ Nielsen BookData – www.nielsenbookdata.co.uk;

(http://www.booksellers.org.uk/industry/display_report.asp?id=5008; 03.03.2010)

⁶⁵¹ Börsenverein: Buch und Buchhandel in Zahlen 2009. S. 78; Hauptverband (Hrsg.): Statistiken der Österreichischen Buchproduktion. 2002-2008

⁶⁵² Neiger, Felix/Trappel, Josef: Buchmarkt und Buchpreisbindung in der Schweiz. Gutachten der Prognos AG für das Bundesamt für Kultur. Bern/Stuttgart/Wien: 2002. S. 61

gestiegene Nachfrage zurückzuführen sein. Ob sich diese Entwicklung fortsetzen wird, ist in Frage zu stellen, da der Markt möglicherweise bereits gesättigt ist.

Die Angaben der IPA und jenen des HVB weichen grob voneinander ab. 2002 listet die IPA

7 802 Neuerscheinungen und der HVB 4 914 Neuerscheinungen in Österreich auf. Gründe hierfür konnten nicht ausgemacht werden. Auch in Österreich ist die Buchproduktion zwar natürlichen Schwankungen unterworfen, aber dennoch in den letzten Jahren angestiegen.

Der Vergleich der Novitäten zeigt, dass sich die Buchproduktion der untersuchten Länder allgemein auf einem sehr hohen Niveau befindet.

Bezogen auf die Bevölkerungszahl Österreichs erscheinen hier etwa gleich viele Bücher wie in Frankreich und sogar mehr als in Deutschland.

Im Vergleich zu Schweden erscheinen beinahe doppelt so viele Titel.

In der Schweiz, in der während der untersuchten Zeit (1980 bis 2000), noch der Sammelrevers galt, sowie in Großbritannien erschienen deutlich mehr Titel als in den Vergleichsländern. Jedoch sind allgemeine Aussagen nur mit Einschränkungen möglich, denn Großbritannien wird vom globalen Markt für englischsprachige Bücher beeinflusst, ebenso wie in der Schweiz die Märkte für deutsche, französische und italienische Literatur ausschlaggebend sind.⁶⁵³

6.2.3. Buchklubs

Während neue Vertriebswege, wie beispielsweise der Internet-Buchhandel immer erfolgreicher werden, verlieren andere an Bedeutung. Das Konzept der Buchklubs, eine auf Mitgliedschaft basierende Zugehörigkeit mit der Verpflichtung, in einem bestimmten Zeitraum Waren zu erwerben, scheint nicht mehr zeitgemäß.

Die meisten Buchklubs wurden in den 1960er Jahren gegründet. Historisch gesehen erfüllten Buchklubs, besonders nach dem Zweiten Weltkrieg, eine wichtige Funktion, die nun durch andere Bestellwege gewährleistet wird. Für Menschen, die keinen Zugang zu Buchhandlungen hatten oder unter Schwellenangst litten, war der Quartalskatalog der Klubs eine willkommene Möglichkeit, Informationen zu Büchern zu erhalten und

⁶⁵³ Hanreich/Kuschej/Grohall/Reis: Buchpreisregelungen in Europa als Mittel der Kulturpolitik. S. 75

diese zu einem günstigen Preis zu erwerben. Heute nimmt der Preisvorteil durch Angebote (Modernes Antiquariat) immer stärker ab.

Der größte Anbieter ist Bertelsmann. Buchklubs erweiterten ihr Sortiment und boten neben Büchern auch CDs oder DVDs und Nonbook-Artikel an. Obwohl das Geschäft dieser Unternehmen vorrangig auf den Versand ausgelegt ist, wurden einige Filialen eröffnet, die jedoch nicht rentabel waren. So wurden in Österreich die noch vorhandenen Donauland-Filialen geschlossen, Donauland wird als reine Katalogbuchhandlung von Deutschland aus mitbetrieben.

In den untersuchten Ländern zeigt sich durchgehend, dass zeitgemäßere Angebote die Buchklubs ersetzen und diese unrentabel machen (vgl. dazu: Kap. 2.3.2.3; 3.3.4.5; 4.3.3.3; 5.3.4.4).

6.3. *Kinder- und Jugendbuchmarkt*

Kinder- und Jugendliteratur wird zumeist als Geschenk erworben. Dieses Faktum ist allen untersuchten Ländern gleich (vgl. Kap.: 2.4; Kap.: 3.2.1; Kap.: 4.4.1; Kap.: 5.4).

Der Preis eines einzelnen Kinderbuchs wird sowohl in Großbritannien als auch in der Schweiz kritisch wahrgenommen, da er auf Grund der vergleichsweise kurzen Nutzungsdauer sowie im Vergleich zur Literatur für Erwachsene zu hoch erscheint.

Obwohl der beliebteste und am häufigsten genutzte Einkaufsweg von Büchern die Buchhandlung ist, wurden die klassischen Vertriebswege ausgeweitet.⁶⁵⁴ Dies geschah, um neue, buchfernere Kunden anzusprechen und zu gewinnen. So werden Kinderbücher nun auch in Supermärkten, Spielzeuggeschäften, über das Internet oder in Schulen angeboten.

Bestsellerlisten für Kinder werden erstellt und in geeigneten Medien wie Zeitungen veröffentlicht. Diese Listen stellen Orientierungshilfen für Buchkäufer dar. Sie werden auf unterschiedliche Art erstellt. Zum einen werden diese nach den tatsächlich am meisten verkauften Büchern erstellt, zum anderen gibt es Listen, die nach den „Lieblingsbüchern“ der auswählenden Personen angefertigt werden. Grundsätzlich aber verfolgen sie das gleiche Ziel, denn sie sollen Kunden gezielt auf empfohlene Bücher hinweisen und einen Überblick über altersadäquate Literatur geben.

⁶⁵⁴ Börsenverein: Kinder- und Jugendbücher. S. 43

Jährlich erscheinen in Großbritannien etwa 8 000 Kinder- und Jugendbücher.⁶⁵⁵ In Deutschland werden jährlich etwa 6 500 Titel produziert.⁶⁵⁶ In Österreich liegt der Wert bei etwa 340 Titeln jährlich (vgl. Kap. 4.4.1).

Für die Schweiz keine Daten bezüglich der Buchneuerscheinungen der letzten Jahre vor, jedoch ist zu vermuten, dass die Anzahl der produzierten Kinder- und Jugendbücher in etwa die gleiche ist, wie in Österreich.

Zusammengefasst bedeutet dies, dass im englischen und im deutschen Sprachraum annähernd gleich viele Kinder- und Jugendbücher jährlich erscheinen. Das weist wiederum auf ein gleich bleibendes Interesse und Bedürfnis nach dieser Sachgruppe hin.

Ein Trend, der sich in den letzten Jahren, ausgehend vom englischen Sprachraum entwickelt hat, ist die All-age Literatur, die sich einer großen Beliebtheit erfreut.

Entstanden ist diese Entwicklung durch „Harry Potter“. Verkaufte sich Bücher früher vor allem über den Inhalt, werden nun vermehrt die Autoren und Figuren, die sie schaffen, als Marke im Bewusstsein der Konsumenten verankert.

Momentan ist die All-Age Reihe von Stephenie Meyer (*Twilight. Bis(s) zum Morgengrauen*) in aller Munde. Hier wurden, nachdem die Bücher zum Erfolg wurden, Kinofilme produziert und damit weitere Zielgruppen angesprochen.

Die Praxis, aus erfolgreichen Büchern Filme zu machen, hat sich in den letzten Jahren manifestiert und ist, sowohl im deutschen Sprachraum („Hanni und Nanni“, Verfilmung: 2010) als auch im englischen Sprachraum („Harry Potter“) von Erfolg gekrönt. Sie wird sich in den kommenden Jahren vermutlich weiterentwickeln.

6.4. Leserforschung und Leseförderung

Die 2009 herausgegebene Studie „Das Buch im Medienportfolio“ untersuchte das Mediennutzungsverhalten in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Für die Studie wurden 729 Personen aus Deutschland, 500 Personen aus Österreich und 504 Personen aus der deutschsprachigen Schweiz befragt.

Es wurde festgestellt, dass Menschen in den untersuchten Ländern im Durchschnitt mehr als zehn Stunden täglich Massenmedien nutzen. Spitzenreiter sind hier die

⁶⁵⁵ Clark/Phillips: Inside Book Publishing. S. 28. Dieser Wert ist seit 1995 konstant geblieben.

⁶⁵⁶ 2005: 6470 Titel

Österreicher mit 673 Minuten täglich, während Deutsche dies 605 Minuten tun, die Schweizer verwenden 585 Minuten täglich aufs Lesen, Fernsehen und Radio hören.⁶⁵⁷

Weitere Unterschiede zeigen sich bei der Auswahl der genutzten Medien. In Österreich und der Schweiz ist das Radio das am meisten genutzte Medium, in Deutschland das Fernsehen. Das Internet erreicht in allen drei Ländern den zweiten Platz, jedoch benutzen Österreicher dieses im Schnitt eine halbe Stunde länger als ihre Nachbarn.

Tageszeitungen, Zeitschriften, Bücher und Hörbücher werden mit 14 bis 45 Minuten täglich weit weniger genutzt. Regional waren kaum Unterschiede festzustellen.

Internet und Fernsehen sind die beiden beliebtesten Medien im deutschsprachigen Raum. Das Buch belegt in der Medienbedeutung den dritten Platz, im Durchschnitt wird eine halbe Stunde täglich ein Buch gelesen.

Die Österreicher lesen mit elf Büchern jährlich am meisten. In Deutschland werden im Schnitt neun, in der Schweiz acht Bücher gelesen.⁶⁵⁸

Die beliebtesten Genres sind Kriminalromane, Sachbücher und Koch- und Backbücher.⁶⁵⁹

Das beliebteste Format ist das Taschenbuch, denn mehr als zwei Drittel der Konsumenten bevorzugen dieses. Wird ein Titel zur Information gelesen, greift ein Drittel lieber zu gebundenen Ausgaben.

E-Books werden als Informationsmedium gesehen. 45% der Österreicher, 38% der Schweizer und 29% der Deutschen würden E-Books für Informationszwecke nutzen.

Im deutschsprachigen Raum lassen sich sieben Medientypen bilden.

Diese sind:

„Entspannungssuchende Vielleser“ (21%) sind vor allem Frauen, die das Fernsehen als Hauptmedium und etwa dreieinhalb Stunden täglich nutzen. Das Bücherlesen wird oftmals als anstrengend angesehen, wenn gelesen wird, dann vor allem Liebesromane. Diese wollen sie in gedruckter Form lesen, E-Books lehnen sie mehrheitlich ab.

Die „Regelmäßigen Radiohörer“ (19%) sind vor allem Frauen zwischen 40 und 60 Jahren, sie nutzen dieses Medium etwa sechs Stunden täglich und lesen neun Bücher jährlich. E-Books zu nutzen kann sich diese Gruppe nicht vorstellen.

„E-Book-interessierte Internetfreaks“ (14,7%), eine Gruppe die jünger als 50 Jahre ist und täglich mehr als fünf Stunden das Internet nutzt. Durchschnittlich werden neun

⁶⁵⁷ Börsenverein (Hrsg.): Das Buch im Medienportfolio. S. 1

⁶⁵⁸ Börsenverein (Hrsg.): Das Buch im Medienportfolio. S. 2

⁶⁵⁹ Börsenverein (Hrsg.): Das Buch im Medienportfolio. S. 55

Bücher jährlich gelesen, das Interesse gilt neuen Informationen. Da diese Gruppe Inhalt vor Form stellt können sich 56% vorstellen, E-Books zu benutzen.

„Leseaverse Fernsehfans“ (12,3%) sind vor allem Männer. Diese Gruppe liest etwa 15 Minuten täglich und ein Buch pro Jahr. Das Lesen gilt als anstrengend, das Fernsehen gegenüber, das wird ungleich aufregender und aktiver angesehen.

„Konservative Zeitungsleser“ (11,8%) sind vor allem Männer zwischen 50 und 70 Jahren. Sie verbringen täglich etwa eine Stunde mit Zeitungen und Zeitschriften. Insbesondere lesen sie gerne Sachbücher, Reiseführer und andere informierende Formate. Dem E-Book und Hörbüchern stehen sie ablehnend gegenüber.⁶⁶⁰

Zu den „Fantasy-begeisterten Onlineleser“ (11,5%) gehören vor allem Männer unter vierzig Jahren. Sie interessieren sich vor allem für Comic, Mangas und Fantasy, wobei sie am Inhalt, nicht jedoch an der Editionsform interessiert sind. Diese Gruppe liest gerne auch online und steht dem E-Book positiv gegenüber.

„Unterhaltungsorientierte Leseratten“ (9,7%), die fast ausschließlich Bücher lesen und Fernsehen als langweilig ansehen. Bücher sind für diese Gruppe Statussymbole, sie bevorzugen Hardcover.

Die größte Gruppe mit 26,1% in der Schweiz sind die „Regelmäßigen Radiohörer“. In Österreich gehören 20,8% und in Deutschland 18,4% dieser Gruppe an. Dies entspricht dem Ergebnis, dass das Radio in Österreich und der Schweiz das am häufigsten genutzte Medium ist.⁶⁶¹

In Deutschland gibt es besonders viele „Entspannungssuchende Vielleser“ (22,3%), in der Schweiz und in Österreich ist dieser Typ mit 12,9% und 14,4% weit weniger verbreitet.⁶⁶²

Dies ist unter anderem auf die Lebensumstände in den betreffenden Ländern zurückzuführen.

Viele Österreicher sind „E-Book-interessierte Internet-Freaks“ und „Fantasy-begeisterte Onlineleser“, denn mehr als ein Drittel der Österreicher gehören diesen Gruppen an. In der Schweiz und in Deutschland ist es hingegen nur etwa ein Viertel.

Jedoch lassen sich durch die Studie keine allgemeingültigen Aussagen treffen, da die sozialen Hintergründe der befragten Gruppen nicht ausreichend berücksichtigt wurden.

⁶⁶⁰ Börsenverein (Hrsg.): Das Buch im Medienportfolio. S. 4ff

⁶⁶¹ Börsenverein (Hrsg.): Das Buch im Medienportfolio. S. 8

⁶⁶² Börsenverein (Hrsg.): Das Buch im Medienportfolio. S. 8

Werden Kinder in der Schweiz nach ihrer Mediennutzung befragt, so nennen diese zu 90% Bücher, womit sie international gesehen weit vorne liegen. In Großbritannien nutzen 54% der befragten Kinder Bücher, der internationale Durchschnittswert liegt bei 79%.⁶⁶³

Die Lesehäufigkeit und Lesezeit wird im Durchschnitt mit etwa einer halben Stunde täglich angenommen, wobei Mädchen länger lesen als ihre männlichen Altersgenossen.⁶⁶⁴ Mit steigendem Alter nimmt die Lesezeit ab und die Nutzung auditiver Medien zu.⁶⁶⁵

International gesehen liegt der Wert der Buchlesezeit von schweizer Kindern mit 27 Minuten täglich hoch, in Großbritannien sind es 15 Minuten. Der Durchschnittswert aller untersuchten Länder liegt bei 21 Minuten.⁶⁶⁶ Jedoch lässt die aufgewendete Lesezeit keinen Rückschluss auf die Qualität der Lektüre zu.

17% der Schweizer Kinder betrachten Bücher als geeignetes Medium, etwas Spannendes zu erleben. Damit liegen sie weit vorne, denn in Großbritannien tun dies nur 4%, der Durchschnitt liegt bei 13%.⁶⁶⁷

Die geschlechterspezifischen Unterschiede bei Buchkauf und Titelwahl sind in den untersuchten Ländern gleich, da auch die Lesesozialisation eine sehr ähnliche ist.

Es lassen sich Unterschiede in Lesequalität und Intensität, in der Auswahl des Lesestoffs und der Art des Lesens sowie in der Bedeutung, die dem Lesen beigemessen wird, beobachten.⁶⁶⁸

Die folgende Statistik zeigt die Anzahl der Buchleser und Nichtleser im Vergleich. Diese wurde 2007 herausgegeben, es wurde erfragt, ob im vorangegangenen Jahr ein oder mehrere Bücher gelesen wurden.⁶⁶⁹

⁶⁶³ Süss/Bernhard: Lesen bei Heranwachsenden und Erwachsenen in der Schweiz. In: Bonfadelli/Bucher: Lesen in der Mediengesellschaft. S. 15

⁶⁶⁴ Bucher, Priska: Leseverhalten und Leseförderung. Zur Rolle von Schule, Familie und Bibliothek im Medienalltag Heranwachsender. Zürich: 2004. S. 142

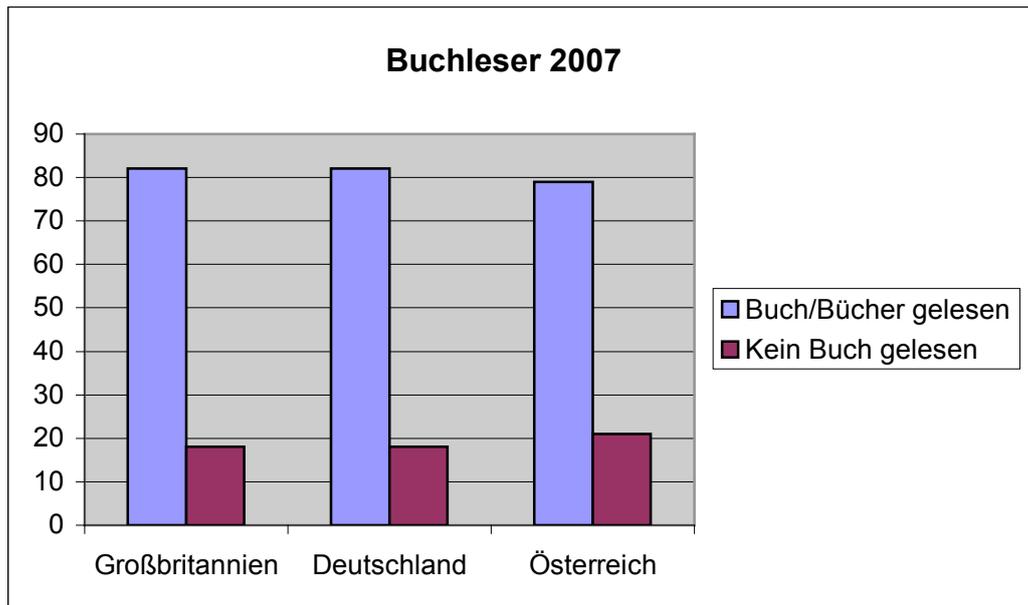
⁶⁶⁵ Süss/Bernhard: Lesen bei Heranwachsenden und Erwachsenen in der Schweiz. In: Bonfadelli/Bucher: Lesen in der Mediengesellschaft. S. 15

⁶⁶⁶ Süss/Bernhard: Lesen bei Heranwachsenden und Erwachsenen in der Schweiz. In: Bonfadelli/Bucher: Lesen in der Mediengesellschaft. S. 15

⁶⁶⁷ Süss/Bernhard: Lesen bei Heranwachsenden und Erwachsenen in der Schweiz. In: Bonfadelli/Bucher: Lesen in der Mediengesellschaft. S. 17

⁶⁶⁸ Müller-Walde: Warum Jungen nicht mehr lesen. S. 64-67

⁶⁶⁹ Erhebung des Eurobarometer von Eurostat aus 2007



Die Untersuchung zeigt, dass die untersuchten Länder nahezu gleich abschneiden. In Österreich haben 79% der befragten Personen an, zumindest ein Buch gelesen zu haben. In Deutschland liegen die Werte sehr ähnlich, hier haben 82% ein Buch gelesen. Die Werte für Großbritannien sind deckungsgleich mit jenen Deutschlands.⁶⁷⁰ Für die Schweiz liegen hier keine Zahlen vor, jedoch ist davon auszugehen, dass sie sich mit den Ergebnissen der untersuchten Länder decken.

Die Analysen zeigen, wie wichtig das Medium Buch im 21. Jahrhundert ist, da es an dritter Stelle der zur Verfügung stehenden Medien rangiert und weitgehend gefördert wird.

Sowohl im englischen als auch im deutschen Sprachraum gibt es zahlreiche Projekte zur Leseförderung, die in den betreffenden Kapiteln beschrieben sind (vgl. Kap.: 2.5.2; Kap.: 3.5.3; Kap.: 4.5.3; Kap.: 5.5.3).

Länderübergreifend wird der „Welttag des Buches“ begangen. An diesem Tag organisieren die jeweiligen Interessensvertretungen der Branche sowie Buchhandlungen, Bibliotheken und andere buchnahe Institutionen Veranstaltungen und Aktionen, um darauf aufmerksam zu machen und vor allem um das Buch in den Medien zu präsentieren. Direkte Auswirkungen wie Umsatzsteigerungen und

⁶⁷⁰ Hanreich/Kuschej/Grohall/Reis: Buchpreisregelungen in Europa als Mittel der Kulturpolitik.. S. 111; http://ec.europa.eu/culture/pdf/doc958_en.pdf; 26.08.2010

dergleichen lassen sich nur schwer festhalten, jedoch ist jede Berichterstattung über das Buch und buchrelevante Themen positiv und fördert die Branche.

6.5. *Buchmessen*

Buchmessen sind wichtig für die Buchbranche, da bei diesen internationale Kontakte geknüpft und Lizenzen verkauft oder erworben werden können. Der brancheninterne Austausch ist gerade hier von großer Bedeutung, da Entwicklungen und Trends beobachtet und verwertet werden.

Die meisten Buchmessen werden von den jeweiligen Interessensvertretungen der Branche organisiert. So wird die Frankfurter Buchmesse vom Börsenverein des Deutschen Buchhandels und die Buch Wien vom Hauptverband des Österreichischen Buchhandels veranstaltet (vgl. Kap.: 3.8; Kap.: 4.8).

Die wichtigste Buchmesse im deutschsprachigen Raum ist die Frankfurter Buchmesse, die im Herbst stattfindet. Hier werden die kommenden Frühjahrsprogramme vorgestellt. Als Ergänzung findet die Leipziger Buchmesse im Frühjahr statt, hier präsentieren ausstellende Verlage die Herbstprogramme. Diese Buchmesse ist außerdem stärker auf den brancheninternen Austausch ausgerichtet, während in Frankfurt die Geschäfte im Vordergrund stehen. Außerdem ist die Leipziger Buchmesse stärker als Publikumsmesse konzipiert als jene in Frankfurt.

Die größte Buchmesse, die in Großbritannien stattfindet ist die London Book Fair, die im Frühjahr stattfindet (vgl. Kap. 2.8.1).

Diese drei Buchmessen zählen zu den wichtigsten Messen des englisch- und deutschsprachigen Buchmarkts. Daneben gibt es eine große Anzahl von kleineren Messen, die von eher lokaler Bedeutung sind, wie beispielsweise die BuchBasel oder die Buch Wien (vgl. Kap.: 4.8).

6.6. *Exkurs E-Books*

Die Entwicklungen des 20. und 21. Jahrhunderts haben die Medienlandschaft verändert. Digitale Medien ergänzen das Buch und einige Bereiche werden sich in den kommenden Jahren auf digitale Medien verlagern, wie etwa die Nutzung von E-Books bei Sach- und Fachliteratur.

Die ersten E-Books kamen Mitte der 90er auf den Markt und bereits damals befürchtete man den Untergang des gedruckten Buches. Ob dieser tatsächlich zu erwarten ist, wird im folgenden Kapitel erläutert.

Was versteht man unter einem E-Book? Ein E-Book ist ein elektronisches Buch, das speziell für Bildschirm orientiertes Lesen aufbereitet wurde und die gleichen Funktionen wie ein Buch erfüllt.⁶⁷¹ Weiters unterscheidet man zwischen den Daten, sprich dem Inhalt (E-Book) und den Geräten, auf denen sie zugänglich gemacht werden (E-Book Reader).

Die Texte werden für den jeweiligen Reader speziell aufbereitet. Zahlreiche Verlage publizieren ihre Bücher bereits als Print- und Digitalversionen. Jedoch kann nicht jede digitale Version als E-Book Verwendung finden, da diese in spezielle Formate konvertiert werden müssen. Das gängigste Format ist e-pub, das Inhalte in Schwarz-Weiß darstellen kann. Nicht jedes E-Book kann von jedem Reader verwendet werden.

Ist die Digitalisierung nun eine Chance oder eine Bedrohung für Verlage?⁶⁷²

Die Technologie hinter der Digitalisierung erlaubt es Verlegern neue Geschäftsmodelle zu entwerfen. So werden beispielsweise Inhalte Kapitel für Kapitel zur Verfügung gestellt, oder Titel für einen bestimmten Zeitraum verborgt.

Zum jetzigen Zeitpunkt stellt sich das E-Book für viele Marktteilnehmer als Möglichkeit dar, neue Vertriebsmodelle zu entwickeln. Taylor & Francis hat beispielsweise einen E-Book-Verleih eingeführt.⁶⁷³ Die Verwender sind zumeist Studenten, die ihr Material in kurzer Zeit und oft auch in der Nacht suchen. Während sie vermutlich keine Monographie um 100 Pfund erwerben würden, schaffen sie sich einen E-Content um 10 Pfund an, auch wenn der Zugang für einen begrenzten Zeitraum besteht.

Als Hauptzielgruppe für E-Books werden zurzeit berufstätige Personen aus den Bereichen Medizin, Jus oder EDV gesehen, da große Inhalte mit geringem Aufwand transportiert werden können. Der haptische Effekt ist hier nebensächlich. Anders sieht dies beim Lesen in der Freizeit aus, wo Lesegefühl, der Geruch von Büchern, Bemerkungen und Notizen von Vorbesitzern und dergleichen eine wichtige Rolle spielt,

⁶⁷¹ Riehm, Ulrich: Online-Buchhandel in Deutschland. Die Buchhandelsbranche vor der Herausforderung des Internets. Akademie für Technikfolgenabschätzung in Baden-Württemberg: Stuttgart 2001
(<http://elib.unistuttgart.de/opus/volltexte/2004/1879/pdf/AB192.pdf>; 12.11.2010)

⁶⁷² vgl. Clark/Phillips: S. 216

⁶⁷³ Buchreport. Nr. 40. Jahrgang. 11. November 2009. S. 66

eben sowie die Möglichkeit, bestimmte Titel zu verborgen oder in ein Bücherregal zu stellen.

Derzeit sind Bibliotheken die größten Abnehmer von E-Content (6-8% der Verkäufe 2006/2007 gingen an Bibliotheken).⁶⁷⁴

Immer öfter werden E-Books für Werbung verwendet, Verlage unterstützen die Webseiten von Buchhändlern, auf denen das Cover und einige Seiten des Buches abrufbar gemacht werden. Besonders bekannt ist „search inside the book“ (SITB) von Amazon. Außerdem gibt es die „Google Book Search“ und „Microsoft Life“. Die „Google Book Search“ erlaubt es, Titel beinahe vollständig zu lesen. Dass Bücher über diese Programme gefunden werden können, ist insbesondere wichtig für Titel, die keine Bestseller sind. Fachverlage, wie die Cambridge University Press, bedienen eine Marktnische. Die „Google Book Search“ macht es möglich, dass man diese Titel auch findet.⁶⁷⁵ Manche Verlagshäuser betreiben bereits eigene Plattformen, auf denen der E-Content vermittelt wird. Dieser wird sowohl als ganzes Buch als auch in einzelnen Kapiteln vertrieben. Bloomsbury hat ein Geschäftsmodell vorgelegt, welches sich „Bloomsbury Academic“ nennt. Dabei handelt es sich um einen kostenlosen Service, bei dem der Verkauf von Printausgaben mit Online-Content ergänzt wird.⁶⁷⁶

Im deutschsprachigen Raum ist der E-Book-Markt noch relativ klein, für Österreich und die Schweiz liegen noch keine aussagekräftigen Daten bezüglich der Verkaufszahlen von elektronischen Lesegeräten oder der Menge an E-Book Downloads vor.⁶⁷⁷

Längerfristig erwartet die österreichische Branche einen E-Book Marktanteil von etwa 5%. Der Umsatz, der dadurch gemacht wird geht vermutlich am klassischen Buchhandel vorbei. Zum einen, weil die Buchpreisbindung nicht für E-Books gilt, zum anderen da die Inhalte über Online-Portale herunter geladen werden können. Dies gilt nicht bei den E-Books des Wiener Unternehmens Hixbooks, das ein eigenes Lesegerät entwickelt hat und den Vertrieb über den Buchhandel ermöglicht.⁶⁷⁸ Jedoch sind auch hier noch keine Verkaufszahlen verfügbar.

⁶⁷⁴ vgl. Clark/Phillips: S. 217

⁶⁷⁵ vgl. Clark/Phillips: S.195

⁶⁷⁶ Buchreport. Nr. 40. Jahrgang. 11. November 2009. S. 68 Artikel: Backlist-Behebung, Apps und JPEGs für die Bücherei

⁶⁷⁷ Hauptverband des Österreichischen Buchhandels (Hrsg.): Statistik der österreichischen Buchproduktion 2008 und 2009. Wien: 2010. S. 4

⁶⁷⁸ www.hixbooks.net; 13.11.2010

Der Anteil der E-Books am Umsatz in Großbritannien betrug im Jahr 2005 etwa 1%.⁶⁷⁹ Jedoch weitete er sich aus, Verlage wie McMillan und Random House bieten ihre Novitäten auch als E-Books an und Fachverlage wie Taylor & Francis erhalten bereits 5% ihres Umsatzes aus dem E-Book Verkauf (2006).

In Großbritannien werden in den Filialen der Buchhandelsketten Waterstone's und Blackwell's die E-Reader von Sony verkauft. Dieser wurde 2004 auf den Markt gebracht und kann bis zu 800 Titel intern speichern. 2008 weitete Sony sein Angebot aus, nun war es erstmals möglich, auch E-Books von anderen Anbietern auf das Sonygerät zu laden. Auch pdf-Formate können gelesen werden.

In Amerika ist man zu diesem Zeitpunkt schon weiter. 2007 wuchs der Umsatz mit E-Books in den USA um etwa 56%, das entspricht 67 Millionen Dollar.⁶⁸⁰ In den vergangenen Jahren ging die Entwicklung rasant voran. Im November 2007 stellte Amazon zum ersten Mal sein elektronisches Lesegerät „Kindle“ vor. In der Werbung hieß es „Whether you're in bed or on the train, Kindle lets you think of a book and get it in less than a minute.“⁶⁸¹ Über WLAN kann man jederzeit auf die Online-Shops von Amazon zugreifen. Amazon möchte unter anderem die Zielgruppe an Universitäten ansprechen und entwickelte eine Version seines Readers speziell für Studenten, denn Textbücher machen in den USA einen Umsatz von 5,5 Milliarden Dollar aus. Für den deutschsprachigen Raum ist dieser Reader jedoch eher uninteressant, da kaum deutsche Inhalte dafür verfügbar sind.

Sony und Amazon gehen davon aus, dass sich in Zukunft Umsätze mit E-Books machen lassen. Der erste Anstieg war 2007, nach der Einführung von „Kindle“, zu beobachten. In den USA erwartet man im Zeitraum zwischen 2008 und 2012 ein jährlicher Zuwachs von etwa 38%, was einem Anteil von 5,5% an den Gesamtumsätzen bedeutet.⁶⁸²

Ein weiterer Marktteilnehmer ist Apple. Das Unternehmen bietet für den iPad eine eigene Software an, das Programm (Application) iBooks, das als Book Store und Reader in einem gesehen werden kann. Als Format verwendet Apple e-pub.⁶⁸³ Hier ist zu erwähnen, dass iBooks derzeit nur im amerikanischen Raum zweckmäßig erscheint, da kaum deutschsprachige Inhalte verfügbar sind. Ob sich dies in nächster Zeit ändert,

⁶⁷⁹ vgl. Clark/Phillips: S. 218

⁶⁸⁰ o.V.: Aus dem Netz. In: buchreport express. Nr. 16. 17. April 2008. S. 5

⁶⁸¹ Duncan, Geoff: Amazon Launches Kindle e-Book Reader. 19. November 2007.

(<http://www.digitaltrends.com/gadgets/amazon-launches-kindle-e-book-reader/>; 13.11.2010)

⁶⁸² o.V.: E-Medien in Motion. In: Anzeiger. Das Magazin für die österreichische Buchbranche. Juli 2008. S. 26

⁶⁸³ <http://www.macnotes.de/2010/01/27/ibooks-book-store-ereader-ebooks-ipad/>; 15.11.2010

darf bezweifelt werden, zumal Amazon schon länger versucht, deutsche E-Books anzubieten, was jedoch oftmals auf wenig Gegeninteresse stieß und zu überhöhten sowie unrentablen Forderungen führte.⁶⁸⁴

Im deutschsprachigen Raum will Thalia mit dem Reader „Oyo“ den E-Book Markt für sich einnehmen, bevor Amazon dies tun kann.⁶⁸⁵ Wie beim „Kindle“ wird auch dieses Gerät über das Internet benutzt, die Daten werden über den Thalia-Shop auf das Gerät geladen. Mit 139€ ist das Thalia Gerät günstiger als der „Kindle 3“, der 173€ kostet. Doch der größte Anreiz, einen „Oyo“ zu erwerben ist wohl das deutschsprachige Angebot für den Reader.⁶⁸⁶

Und die Entwicklung geht weiter, so befasst sich die britische Firma GoSpoken damit, mobilen Content auf dem Handy lesbar zu machen.⁶⁸⁷ Die Firma wurde 2007 gegründet, nun beschäftigt sie bereits sechzehn Mitarbeiter und hat Verträge mit nahezu allen großen britischen Verlagen. Ihr Ziel ist es Bücher immer, überall und mit allen Geräten lesbar zu machen.

Momentan weisen E-Reader technische Mängel auf, wie beispielsweise die Darstellung im Format e-pub, das lediglich Schwarz-Weiß Abbildungen zulässt oder Spiegelungen bei Sonneneinstrahlung und dergleichen. An der Behebung dieser Probleme wird zurzeit gearbeitet.

In Zukunft könnten sich Benutzer E-Books für eine bestimmte Zeit ausleihen, ein Verfahren, das günstiger ist, als die Printversion zu kaufen. Hier gibt es Raum für die Entwicklung neuer Produkte, wie beispielsweise Memory-Sticks, die ganze Arbeitsbücher enthalten. Das E-Book wird sich voraussichtlich bei Berufslesern durchsetzen. Ob es das auch im privaten Bereich schafft, wird sich erst zeigen, jedoch ist dies aus heutiger Sicht nicht zu erwarten.

⁶⁸⁴ <http://www.macnotes.de/2010/01/27/ibooks-book-store-ereader-ebooks-ipad/>; 15.11.2010

⁶⁸⁵ o.V.: E-Book Reader. Auge um Auge. Oyo gegen Kindle. (<http://help.orf.stories/1667618/>; 13.11.2010)

⁶⁸⁶ Den deutschsprachigen mit dem amerikanischen E-Book Markt zu vergleichen scheint nicht zielführend, da wesentlich mehr englischsprachige E-Books verfügbar sind und die Reader in den USA auf eine weitaus größere Akzeptanz stoßen als im deutschsprachigen Raum.

⁶⁸⁷ Buchreport. Nr. 40. Jahrgang. 11. November 2009. S. 70 Artikel: Backlist-Behebung, Apps und JPEGs für die Bücherei

7. SCHLUSSWORT

Die britische Verlagslandschaft von 2010 unterscheidet sich stark von jener um 1900. Das Produkt „Buch“ hingegen ist das gleiche geblieben. Es wird zwar unterschiedlich hergestellt und sieht zu einem gewissen Grad anders aus (Taschenbuch), doch es gibt keine grundlegende Änderung. Der Markt ist beständig, zum Teil existieren die gleichen Verlagsnamen wie vor 100 Jahren, wie beispielsweise MacMillan. Andere Verlage wurden gegründet und sind wieder verschwunden, doch das Konzept der Verlage, die Auswahl der Texte, die Produktion und der Verkauf sind gleich geblieben.

Die Veränderungen zeigen sich erst unter der Oberfläche. War die Branche um 1900 in privaten Kleinunternehmen organisiert, gibt es nun Konzerne. Das Veröffentlichen von guter Literatur ist nicht mehr genug, man sucht nach Bestsellern im Gegensatz zu „Brottiteln“, und Titeln, die sich International verkaufen lassen. Auch die neuen Technologien im Bereich der Kommunikation und des Internets haben ihren Einfluss. Heute ist die Branche ein Teil des globalen Netzwerks von Medien.

Es gibt noch Verlagshäuser, die ganz in „britischem“ Besitz sind. Doch die Mehrzahl an „britischen“ Titeln stammt von multinationalen Konglomeraten, die im eigentlichen Sinne kein nationales Bewusstsein haben.

Gleichzeitig aber ist die Diversität, die den britischen Markt ausmacht, noch immer vorzufinden. In einer Branche, die von multinationalen Großkonzernen dominiert wird, können kleine Unternehmen überleben und Vielfalt, Qualität und Innovationen bringen. Nach dem Zweiten Weltkrieg wurden in Deutschland zahlreiche Verlage neu gegründet oder wieder aufgebaut. Leser hatten einen Nachholbedarf bei Lektüre, da diese während der Kriegsjahre nur schwer zugänglich war. Die Verlagslandschaft wurde vor allem von vielen kleinen Verlagen bestimmt, nach und nach entstanden Konzerne wie beispielsweise Bertelsmann. Jedoch ist der Buchmarkt in Deutschland nach wie vor ein kleiner Teilbereich der Gesamtwirtschaft.

Auch in Österreich konstituierten sich die Verlage nach dem Zweiten Weltkrieg neu.

Die Amerikaner richteten Leihbibliotheken ein, was zum einen die Zugänglichkeit von Texten für Leser erleichterte, andererseits den Verkauf beeinträchtigte.

Der Buchmarkt wird von kleinen Unternehmen bestimmt, jedoch verstärkte sich in den letzten Jahren der Trend zu Buchhandlungen und Ketten mit großen Verkaufsflächen.

Die drei Buchmärkte der Schweiz können nicht als eigenständig agierende Märkte angesehen werden, sie sind vielmehr Teilmärkte ihrer Nachbarländer. Der Umsatz der Märkte von etwa einer Milliarde CHF wird in folgender Aufteilung erreicht: drei Viertel in der deutschsprachigen Schweiz, ein Viertel in der französischen Schweiz und etwa 3% in der italienischen Schweiz.⁶⁸⁸ Der Markt wird von vielen kleinen Akteuren bestimmt.⁶⁸⁹ Buchkäufer sind wenig preissensibel. Dies zeigen die Erfahrungen aus dem Ausland (England) wie auch, dass der deutschschweizer Buchmarkt trotz Grenznähe zu Frankreich und Deutschland Bücher verkauft, obwohl diese deutlich teurer sind.

Zahlreiche Buchforscher sind der Meinung, dass die Branche sich in den letzten Jahren stark gewandelt hat. Sie trauern dem Vergangenen nach und sind der Ansicht, man stecke nun in einer Krise. Der Buchmarkt sieht heute anders aus, um zu dieser Erkenntnis zu gelangen genügt es, eine Buchhandlung zu betreten.

Andere wiederum meinen, dass sich nichts gewandelt hat, denn immer noch werden aus Manuskripten Bücher, die dann verkauft werden sollen.

Fortschritte in Technik und Modernisierungen finden unbestritten statt.

Blaschke zieht im Vorwort zu seinem Buch "Verleger machen Geschichte" einen interessanten Vergleich. Er geht davon aus, dass Autos vor hundert Jahren dann nicht mehr funktionierten, wenn ein Rad abgefallen war. Wenn es heute nicht mehr fährt, dann zumeist deshalb, weil der Bordcomputer ausgefallen ist.⁶⁹⁰ Autos hatten vor hundert Jahren, genau wie heute, vier Räder, beförderten Personen und verursachten Unfälle. Die Substanz bleibt die gleiche. Die Entscheidung, wo und wie Fortschritt stattfindet hängt demzufolge von der Betrachtungsweise ab – das gilt sowohl für die Automobilindustrie als auch für den Buchmarkt.

Unbestritten aber haben die Entwicklungen des 20. und 21. Jahrhunderts die Medienlandschaft verändert. Das zeigt zum einen die rasante Entwicklung der E-Books und zum anderen die Zunahme digitale Medien, welche das Buch ergänzen (Enzyklopädien und CD-Roms).

Die Erfahrungen zu Buchpreisbindung zeigen, dass in Ländern ohne diese zwar massenverkäufliche Titel billiger werden, jedoch Bücher für eine spezifischere Zielgruppe erheblich mehr kosten oder nicht mehr produziert werden.

⁶⁸⁸ Neiger/Trappel: Buchmarkt und Buchpreisbindung in der Schweiz. S. 13

⁶⁸⁹ Neiger/Trappel: Buchmarkt und Buchpreisbindung in der Schweiz. S. 18

⁶⁹⁰ Blaschke, Olaf: Verleger machen Geschichte. Buchhandel und Historiker seit 1945 im deutsch-britischen Vergleich Moderne Zeit. Neue Forschung zur Gesellschafts- und Kulturgeschichte des 19. und 20. Jahrhunderts. Bd. 22. Göttingen: 2010. S. 38

Daher ist für mich kein Vorteil eines liberalisierten Buchmarkts erkennbar, denn das Ziel sollte nicht sein, viele Bestseller zu verkaufen und die Produktion von Fachliteratur zu beschneiden, sondern hochwertige Literatur zu fördern und möglich zu machen.

Die unterschiedlichen Lösungen sind den jeweiligen Märkten durchaus angepasst.

Der Buchmarkt in Großbritannien wird stärker von Ketten und Supermärkten dominiert, als dies im deutschsprachigen Raum der Fall ist. Außerdem wird ein großer Teil der Verlagserzeugnisse nach Amerika exportiert, wo es keine Preisbindungsregelungen gibt. Da man befürchtete, im Wettbewerb nicht bestehen zu können (Abwanderung von Verlagen usw.) entschied man sich für einen liberalen Buchmarkt. Dadurch verringerten sich die Preise für Bestseller, speziellere Titel wurden teurer. Die ursprüngliche Intention des NBA allerdings war die gleiche wie im deutschsprachigen Raum, so stellte das Restrictive Practices Court fest, dass das NBA den Handel positiv beeinflusste und eine große Bandbreite an Titeln ermöglichte.⁶⁹¹

Ich halte die Buchpreisbindung, wie sie in Österreich und Deutschland existiert und in der Schweiz angedacht wird, für positiv. Gerade weil sie Verlage und Autoren sowie Buchproduktionen, die nicht dem Massengeschmack entsprechen, ermöglicht und unterstützt.

Das Buch in gedruckter Form wird wohl seinen Stellenwert behalten, jedoch ist das Wachstumspotential der Branche beschränkt. Die Leistung und der Auftrag des Buchhandels, die kulturpolitische und gesellschaftliche Aufgabe der Verbreitung von Meinungen und Ideen, welche in Büchern festgehalten sind, zu verbreiten ist durch keinen anderen Vertriebsweg zu ersetzen. Damit ist die Branche auch in Zukunft von größter Bedeutung.

⁶⁹¹ http://www.booksellers.org.uk/industry/display_report.asp?id=4868;01.03.2010

8. BIBLIOGRAPHIE

Bachleitner, Norbert/Eybl E. Franz/Fischer, Ernst: Geschichte des Buchhandels in Österreich. Wiesbaden: 2000

Barfuß, Walter: Rechtsgutachten zum festen Ladenpreis im österreichischen Buchhandel. In: Anzeiger des österreichischen Buchhandels Nr. 8. April 1983

Blaha, Barbara: Von Riesen und Zwergen. Zum Strukturwandel im verbreitenden Buchhandel in Deutschland und Österreich. Wien: 2009

Blaschke, Olaf: Verleger machen Geschichte. Buchhandel und Historiker seit 1945 im deutsch-britischen Vergleich Moderne Zeit. Neue Forschung zur Gesellschafts- und Kulturgeschichte des 19. und 20. Jahrhunderts. Bd. 22. Göttingen: 2010

Böll, Karin: Merchandising. Die neue Dimension der Verflechtung zwischen Medien und Industrie. München: 1996

Book Marketing Limited/Arts Councils England (Hrsg.): Expanding the book market. A study of reading and buying habits in GB. London: 2005 (http://www.bookmarketing.co.uk/uploads/documents/expanding_the_market_final_report.pdf; 02.04.2010)

Börsenverein des Deutschen Buchhandels (Hrsg.): Buch und Buchhandel in Zahlen. 2008. Frankfurt am Main. 2008

Börsenverein des Deutschen Buchhandels (Hrsg.): Buch und Buchhandel in Zahlen 2009. Frankfurt am Main. 2009

Börsenverein des Deutschen Buchhandels (Hrsg.): Buchkäufer und Leser. Frankfurt am Main: 2008

Die Buchmärkte Großbritanniens, Deutschlands, Österreichs und der Schweiz
Susanne Tretthahn
0601750

Börsenverein des Deutschen Buchhandels (Hrsg.): Kinder- und Jugendbücher.
Marktpotential Käuferstrukturen und Präferenzen unterschiedlicher Lebenswelten.
Frankfurt am Main: 2007

Börsenverein des Deutschen Buchhandels (Hrsg.): Buchkäufer und Leser – Profile,
Motive, Wünsche. Frankfurt am Main: 2008
(http://www.boersenverein.de/sixcms/media.php/976/Buchkaeuffer_und_Leser_2008_kurz.pdf; 01.08.2010)

Borufka, Herbert: Die Entwicklung des festen Ladenpreises im österreichischen
Buchhandel. In: Anzeiger des österreichischen Buchhandels. Nr. 10. Mai 1985

Bradley, Sue (Hrsg.): The british book trade. An oral history. London: 2008

Blaha, Barbara: Von Riesen und Zwergen. Zum Strukturwandel im verbreitenden
Buchhandel in Deutschland und Österreich. Diplomarbeit. Wien: 2009

Buchacher, Christoph/ Steyer, Mario: Die österreichische Verlagsbranche. Eine Branche
unter Druck? Probleme der Mittelbetriebe im österreichischen Buchverlagswesen unter
Berücksichtigung politischer Rahmenbedingungen. Wirtschaft und Kultur.
Schriftenreihe des Forschungsbereichs. Wien: 2006.
(http://epub.wu-wien.ac.at/dyn/virlib/wp/eng/mediate/epub-wu-01_c16.pdf?ID=epub-wu-01_c16; 02.06.2010)

Bucher, Priska: Leseverhalten und Leseförderung. Zur Rolle von Schule, Familie und
Bibliothek im Medienalltag Heranwachsender. Zürich: 2004

Bucher, Priska: Schule und Bibliothek: Nutzung von Synergieeffekten im Rahmen der
Leseförderung. In: Bonfadelli, Heinz; Bucher, Priska (Hrsg.): Lesen in der
Mediengesellschaft. Zürich: 2002

Buchlobby Schweiz (Hrsg.): Verlagsförderung für die Schweiz. 2008
(http://www.buchlobby.ch/pdf/Verlagsfoerderung_Konzept_2008-01-13.pdf.
23.08.2010)

Die Buchmärkte Großbritanniens, Deutschlands, Österreichs und der Schweiz
Susanne Tretthahn
0601750

Cassidy, Suzanne: British Book Shops in Price Skirmishes. New York Times:
07.10.1991

(<http://www.nytimes.com/1991/10/07/business/the-media-business-british-book-shops-in-price-skirmishes.html?sec=&spon=&pagewanted=all;23-03.10>)

Clark, Giles/Phillips, Angus: Inside Book Publishing. London/New York: 2008

Didzoleit, Winfried: Buchpreise. Letztes Aufbäumen. In: Der Spiegel. 28.06.1999
(<http://www.spiegel.de/spiegel/print/d-13880600.html>; 24.05.2010)

Dorsch, Petra/Teckentrup, Konrad (Hrsg.): Buch und Lesen International. Berichte und
Analysen zum Buchmarkt und zur Buchmarkt-Forschung. Gütersloh: 1981

Duncan, Geoff: Amazon Launches Kindle e-Book Reader. 19. November 2007.
(<http://www.digitaltrends.com/gadgets/amazon-launches-kindle-e-book-reader/>;
13.11.2010)

Engelmann, Martin: Die Zukunft der Buchpreisbindung im europäischen Binnenmarkt.
Dargestellt anhand der deutsch-österreichischen Buchpreisbindung. Dissertation.
Würzburg: 2002

Everling, Ulrich: Buchpreisbindung im deutschen Sprachraum und Europäisches
Gemeinschaftsrecht. Baden Baden: 1997

Feather, John: A History of British Publishing. London/New York: 2006

Füglister, Urs/Grüner, Andreas/Rusch, Cristian: Dienstleistungskompetenz und
Dienstleistungscontrolling im Schweizer Buchhandel – Ergebnisse einer Erhebung bei
82 Buchhandlungen und 693 Kunden im Mai 2001. St. Gallen: Schweizerisches Institut
für gewerbliche Wirtschaft an der Universität St. Gallen. St.Gallen: 2001.

Goldschmitt, Regina: Grenzüberschreitende Buchpreisbindung und internationaler
Buchmarkt. Wiesbaden: 2000

Die Buchmärkte Großbritanniens, Deutschlands, Österreichs und der Schweiz
Susanne Tretthahn
0601750

Gruber, Philipp: Wenig Jubel für die neue Buchmesse. 13.11.2007
(<http://www.wienweb.at/content.aspx?menu=1&cid=142844>; 16.11.2010)

Hall, Murray: 70 Jahre Paul Zsolnay Verlag. 1924-1994. Wien: 1994

Hanreich, Hanspeter/Kuschej, Hermann/Grohall, Günther/Reis, Sebastian:
Buchpreisregelungen in Europa als Mittel der Kulturpolitik. Wirksamkeit und
wohlfahrtsökonomische Bedeutung. Projektbericht/Research Report 2009 Institute for
Advanced Studies (IHS). Wien: 2009
(http://www.ihs.ac.at/publications/eco/recent_publ/buchpreisb-eb_221009.pdf ;
28.03.2010)

Hauptverband des Österreichischen Buchhandels (Hrsg.): Der Buchmarkt in Österreich.
Wien: 2009
(http://www.lesefestwoche.at/rte/upload/presse/pas_lfw_09/buchwirtschaft_in_sterreich_2009.pdf; 02.06.2010)

Hauptverband des Österreichischen Buchhandels (Hrsg.): Branchenreport Buchhandel
Österreich. Wien: 2006

Hauptverband des Österreichischen Buchhandels (Hrsg.): Statistik der österreichischen
Buchproduktion 2004 und 2005. Zusammenstellung nach Angaben der Österreichischen
Bibliographie und Auswertungen des Gesamtkataloges des Österreichischen
Bibliothekenverbundes. Wien: 2006

Hauptverband des Österreichischen Buchhandels (Hrsg.): Statistik der österreichischen
Buchproduktion 2008 und 2009. Zusammenstellung nach Angaben der Österreichischen
Bibliographie und Auswertung des Gesamtkatalogs des Österreichischen
Bibliothekenverbundes. Wien: 2010

Hauptverband des Österreichischen Buchhandels (Hrsg.): Der Buchmarkt in Österreich.
Wien:2010
(http://www.buecher.at/rte/upload/pdf/buchwirtschaft_in_sterreich_2010.pdf;
11.11.2010)

Die Buchmärkte Großbritanniens, Deutschlands, Österreichs und der Schweiz
Susanne Tretthahn
0601750

Hauptverband des Österreichischen Buchhandels (Hrsg.): Marktstudie Österreichisches Verlagswesen 2005-2007. Wien: 2010

Hauptverband des Österreichischen Buchhandels (Hrsg.): Statistiken der Österreichischen Buchproduktion. 2000-2009

Hauptverband des Österreichischen Buchhandels, Börsenverein des Deutschen Buchhandels, Schweizer Buchhändler- und Verlegerverband (Hrsg.): Das Buch im Medienportfolio. Mediennutzungstypen unter Berücksichtigung des Buches in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Juni 2009 (www.boersenverein.de/sixcm/media.php/976/Das_Buch_im_Medienportfolio_Zusammenfassung_Presse.pdf; 22.08.2010)

Heinold, Wolfgang Erhardt: Bücher und Buchhändler. Edition Buchhandel. Frankfurt am Main: 2007

Henning, Hans G.: Marktstruktur und Marktverhalten im deutschen Buchmarkt. Eine industrieökonomische Analyse der Buchpreisbindung. Baden-Baden: 1998

Horn, Caroline: The Usborne Identity. In: The Bookseller. 22.10.2007 (http://www.thebookseller.com/in-depth/trade-profiles/46850-the-usborne-identity.html; 13.04.2010)

Jackson, Patrick Thaddeus/Mendaville, Peter: Glocal Hero. Harry Potter Abroad. In: Nexon, Daniel/Neumann, Iver (Hrsg.): Harry Potter and International Relations. Oxford: 2006

Keckeis, Peter: Gedanken zum schweizerischen Buchmarkt. In: Oppenheim, Roy (Hrsg.): Das Publikum als Programm. Bern: 2002

Kommission für Wirtschaft und Abgaben (Hrsg.): Regulierung der Bücherpreise Bericht der Kommission für Wirtschaft und Abgaben vom 31. Oktober 2006

Die Buchmärkte Großbritanniens, Deutschlands, Österreichs und der Schweiz
Susanne Tretthahn
0601750

(http://www.parlament.ch/afs/data/d/bericht/2004/d_bericht_n_k10_0_20040430_0_20061031.htm; 04.05.2010)

Kulturdokumentation/Mediacult/Wifo (Hrsg.): Untersuchung des ökonomischen Potenzials der „Creative Industries“ in Wien. Endbericht. Im Auftrag der Stadt Wien (MA 27), der Wirtschaftskammer Wien und des Filmfonds Wien. Wien: 2004

Lucius, Wulf: Verlagswirtschaft. Konstanz. 2007

Meyer-Dohm, Peter/Strauß, Wolfgang (Hrsg.): Buch und Leser in Österreich. Eine Untersuchung des Instituts für empirische Sozialforschung Wien. Hamburg: 1974

Müller-Walde, Karin: Warum Jungen nicht mehr lesen. Und wie wir das ändern können. Frankfurt am Main/New York: 2010.

Neiger, Felix/Trappel, Josef: Buchmarkt und Buchpreisbindung in der Schweiz. Gutachten der Prognos AG für das Bundesamt für Kultur. Bern/Stuttgart/Wien: 2002

Panzer, Fritz/Scheipl, Elfriede: Buchverlage in Österreich. Marktteilnehmer – Buchproduktion - Umfeldbedingungen. Wien: 2001

Parlamentarische Initiative. Regulierung der Bücherpreise. Bericht der Kommission für Wirtschaft und Abgaben des Nationalrates. 20.04.2009.
(<http://www.admin.ch/ch/d/gg/pc/documents/1713/Bericht.pdf>; 04.05.2010)

Prognos (Hrsg.): Buchmarkt und Buchpreisbindung in der Schweiz. Schlussbericht für das Bundesamt für Kultur. Basel: 2001
(<http://www.buchlobby.ch/pdf/Prognos-Kurzfassung-dt.pdf>; 23.08.2010)

Public Lending Right (Hrsg.) Most borrowed authors July 2008 – June 2009
(<http://www.plr.uk.com/mediaCentre/mostBorrowedAuthors/top20Authors/2008-2009Top20Authors.pdf>; 04.03.2010)

Die Buchmärkte Großbritanniens, Deutschlands, Österreichs und der Schweiz
Susanne Tretthahn
0601750

Rabus, Silke: Kinderliteraturmarkt in Österreich. Bibliotheken, Buchhandel, Verlage, Zeitschriften. In: Büchereiperspektiven 04/2006.
(http://publikationen.bvoe.at/perspektiven/bp4_06/s2-3.pdf; 08.06.2010)

Rabus, Silke: Buchmarkt in Zahlen. In: Anzeiger des österreichischen Buchhandels.
Wien: November 2010

Renner, Bärbel G.: Kommunikationspolitik im Kinderbuchmarkt. Eine empirische Untersuchung zu den kommunikationspolitischen Maßnahmen von Kinderbuchverlagen im Kontext des Marketing-Mix. München: 2006

Rieder, Pierre: Wettbewerb und Kultur. Eine Betrachtung aus wettbewerbsrechtlicher Sicht unter besonderer Berücksichtigung der Kulturförderung, des Buch- und Kinofilmmarktes in der Schweiz und der Europäischen Union. Bern/Berlin/Frankfurt am Main/New York/Paris/Wien: 1998

Riehm, Ulrich: Online-Buchhandel in Deutschland. Die Buchhandelsbranche vor der Herausforderung des Internets. Akademie für Technikfolgenabschätzung in Baden-Württemberg: Stuttgart 2001
(<http://elib.unistuttgart.de/opus/volltexte/2004/1879/pdf/AB192.pdf>; 12.11.2010)

Rürup, Bert/Klopffleisch, Roland/Stumpff, Henning (Hrsg.): Ökonomische Analyse der Buchpreisbindung. Frankfurt am Main: 1997

Rürup, Bert: Die Ware Buch. Befunde und Perspektiven im Lichte der Zukunft der Preisbindung. In: Knape, Joachim/Riethmüller, Hermann-Arndt (Hrsg.): Perspektiven der Buch- und Kommunikationskultur. Tübingen: 2000

Rusch, Cristian: Buchhandel in der Schweiz. Eine empirisch-deskriptive Analyse der Marktstruktur und Entwicklung strategischer Optionen. Basel/Genf/München: 2003

Schütz, Erhard/Bittkow, Silke/Oels, David/Porombka, Stephan/Wegmann, Thomas (Hrsg.): Das BuchMarktBuch. Der Literaturbetrieb in Grundbegriffen. Hamburg: 2005

Die Buchmärkte Großbritanniens, Deutschlands, Österreichs und der Schweiz
Susanne Tretthahn
0601750

Schweizer Buchhändler- und Verlegerverband (Hrsg.): Der Buchhandel in der Schweiz.
Zahlen und Kommentare. Zürich: 2008

Schweizer Buchhändler- und Verlegerverband (Hrsg.): Der Nutzen der
Buchpreisbindung in der Schweiz. Zürich: 2006
(<http://www.buchvielfaltbewahren.ch/files/press/Argumente-fuer-die-Preisbindung.pdf>;
23.08.2010)

Schweizer Buchhändler- und Verlegerverband (Hrsg.): Dossier Preisbindung für Bücher
(http://www.sbv.ch/cgi-bin/swiss_web.exe/show?session_id=1CF423CF-1293-4663-A1D3-93BFA42F5D61&page=swiss_inhalt.html&navi_id=145&pid1=5&pid2=145&pid3=-1&pid4=-1; 05.05.2010)

Schweizer Buchhändler- und Verlegerverband (Hrsg.): WAK-Nationalrat folgt
Ständerat mit absurder Ausnahmeregelung (http://www.sbv.ch/cgi-bin/swiss_web.exe/show?session_id=1821A209-FE0A-4B38-BE39-6014D1ECEA69&page=swiss_inhalt.html&navi_id=194&pid1=5&pid2=194&pid3=-1&pid4=-1; 04.05.2010)

Schweizer Buchhändler- und Verlegerverband (Hrsg.): Mitglieder des SBVV.
(http://www.swissbooks.ch/cgi-bin/swiss_web.exe/show?session_id=17288562-1372-485B-B324-C3512955718F&page=swiss_mitglieder.html&newsearch=true&navi_id=14&pid1=1&pid2=14&pid3=-1&pid4=-1; 16.12.2009)

Schweizerische Eidgenossenschaft (Hrsg.): Literatur und Verlag. o.J.
(<http://www.bak.admin.ch/themen/kulturfoerderung/00497/index.html?lang=de>;
05.05.2010)

Schweizerischer Nationalfonds zur Förderung der wissenschaftlichen Forschung (Hrsg.)
(<http://www.snf.ch/D/foerderung/Publikationen/Seiten/default.aspx>; 05.05.2010)

Die Buchmärkte Großbritanniens, Deutschlands, Österreichs und der Schweiz
Susanne Tretthahn
0601750

Statistik Austria (Hrsg.): Computer und Internet: häufiger, mobiler, schneller. 2007
(http://www.statistik.at/web_de/presse/024081. 03.06.10)

Statistik Austria (Hrsg.): IKT-Einsatz in Haushalten 2009
(http://www.statistik.at/web_de/statistiken/informationsgesellschaft/ikt-einsatz_in_haushalten/index.html; 14.09.2010)

Süss, Daniel/Bernhard, Erwin: Lesen bei Heranwachsenden und Erwachsenen in der Schweiz. In: Bonfadelli, Heinz; Bucher, Priska (Hrsg.): Lesen in der Mediengesellschaft. Zürich: 2002

Teather, David: HMV goes low brow with 30 Waterstone's closures. In: The Guardian. 14.03.2007
(<http://www.guardian.co.uk/business/2007/mar/14/books.retail>; 14.04.2010)

Tonninger, Bernhard: Buchpreisbindung in Österreich. Praxiskommentar zum BPrBG. Wien: 2010

Traxler, Regina: Die länderübergreifende Buchpreisbindung im deutschsprachigen Raum von der Kröner Reform 1887 bis zu ihrem Ende im Jahr 2000. Mit Schwerpunkt auf der Situation in Österreich. Diplomarbeit. Wien: 2000

Vereinigung des katholischen Buchhandels (Hrsg.): Statuten. Wien. o.J.

Wittmann, Reinhard: Geschichte des deutschen Buchhandels. Ein Überblick. München: 1991

Wild, Claudia: Buchmarkt in Österreich. die Rahmenbedingungen für das österreichische Verlagswesen. Wien: 1993

o.V.: Aus dem Netz. In: buchreport express. Nr. 16. 17. April 2008

o.V.: Backlist-Behebung, Apps und JPEGs für die Bücherei. In: Buchreport. Nr. 40. Jahrgang. 11.11.2009

o.V.: Book Marketing Ltd BookZone survey of 1500 heavy book buyers November 2007 (http://www.booksellers.org.uk/industry/display_report.asp?id=4972; 23.03.2010)

o.V.: Books & The Consumer (BML/TNS) - www.bookmarketing.co.uk (http://www.booksellers.org.uk/industry/display_report.asp?id=5072; 23.3.2010)

o.V.: Börsenverein liefert Zahlen für das Jahr 2009. 24.06.2010
(http://www.buchreport.de/nachrichten/analyse/analyse_nachricht/datum/2010/06/24/969-mrd-branchenumsatz.htm; 06.09.2010)

o.V.: Buch.09 und Buchpreis. In: Schweizer Buchhandel. 67. Jahrgang. Heft 11/09. 4.11.2009

o.V.: BUCH WIEN 09: Programm und Protagonisten. 20.10.2009
(http://www.buecher.at/show_content.php?sid=126&detail_id=1897); 16.11.2010

o.V.: BUCH WIEN 10: Besucherrekord und zufriedene Aussteller. 22.11.2010.
(http://www.buecher.at/show_content.php?sid=94&detail_id=3535)

o.V.: Der Griff nach dem Long Tail. In: Buchreport. Nr. 40. Jahrgang. 11.11.2009

o.V.: Die Buchbranche im Fokus der Medien. Unruhe auf dem Jugendbuchmarkt. 30.03.2010
(http://www.buchreport.de/nachrichten/presseschau/presseschau_nachricht/datum/0/0/0/unruhe-auf-dem-jugendbuchmarkt.htm; 02.04.2010)

o.V.: Die Lange Nacht der kurzen Geschichten. Ab jetzt wird jedes Jahr gelesen. In: Schweizer Buchhandel. 67. Jahrgang. Heft 11/09. 4.11.2009

o.V.: Die Schweizerische Mehrwertsteuer. (<http://www.vatax.ch/de/mwst.html>; 05.05.2010)

Die Buchmärkte Großbritanniens, Deutschlands, Österreichs und der Schweiz
Susanne Tretthahn
0601750

o.V.: E-Book Reader. Auge um Auge. Oyo gegen Kindle.
(<http://help.orf.stories/1667618/>; 13.11.2010)

o.V.: Edinburgh International Book Festival. Brochure. Edinburgh: 2010

o.V.: E-Medien in Motion. In: Anzeiger. Das Magazin für die österreichische
Buchbranche. Juli 2008

o.V.: Großbritannien: Briten feiern ihren „Welttag des Buches“. In: Buchreport. Nr. 8.
41. Jahrgang. 25.02.2010

o.V.: Heftige Umsatzausschläge nach unten wie nach oben. Die 100 größten Verlage.
In: Buchreport Magazin. 41. Jahrgang. Nr. 4 April 2010

o.V.: Ja zu einem Buchpreisbindungsgesetz ohne Ausnahmen!
In: Schweizer Buchhandel. Newsletter Ausgabe 47/2010 vom 25. November 2010.
([http://www.swissbooks.ch/cgi-
bin/swiss_web.exe/kommentar?page=sbh_newsletter_archiv_2010.html&nlarchiv=sbh_
newsletter_archiv_rubrik_2010.html&newsearch=true&navi_id=210&pid1=4&pid2=54
&pid3=210&pid4=-1&kopf_id=271&rubrik_id=5623;](http://www.swissbooks.ch/cgi-bin/swiss_web.exe/kommentar?page=sbh_newsletter_archiv_2010.html&nlarchiv=sbh_newsletter_archiv_rubrik_2010.html&newsearch=true&navi_id=210&pid1=4&pid2=54&pid3=210&pid4=-1&kopf_id=271&rubrik_id=5623;)) 07.12.2010

o.V.: Junge Indie-Generation erobert sich ihren Platz. In: Buchreport Magazin. 41.
Jahrgang. Nr. 6. Juni 2010

o.V.: Kinderbuch ist recht stabil, All Age bleibt unter Vorjahr. In: Buchreport Spezial.
Kinder- & Jugendbuch. 2010

o.V.: Lovereading & Book Marketing Ltd. Oktober 2009
(http://www.booksellers.org.uk/industry/display_report.asp?id=5072; 23.03.2010)

o.V.: Reading the Future Survey. Juni 2009.
http://www.booksellers.org.uk/industry/display_report.asp?id=4972; 22.03.2010

Die Buchmärkte Großbritanniens, Deutschlands, Österreichs und der Schweiz
Susanne Tretthahn
0601750

o.V.: Schweizer Bilderbuch-Neugründung Aracari. Es soll authentisch werden. In:
Buchreport Spezial 2010: Kinder- & Jugendbuch. Dortmund: 2010

o.V.: Sonnenschein auf die Alpen. Österreichischer Buchhandel mit Umsatzzuwachs.
Buchreport express. Nr. 28. 15. Juli 2010

o.V.: Verbraucherpreisindex. In: Buchreport express. Nr. 29. 22. Juli 2010

o.V.: Verschreckte Konsumenten. Buchmarkt zieht schwache Zwischenbilanz.
Buchreport express. Nr. 28. 15. Juli 2010

o.V.: Wo ist PoD sinnvoll, Frau Schelleis? In: Buchreport Magazin. 41. Jahrgang. Nr. 6.
Juni 2010

o.V.: Woher kommt der Lesestoff? In: Börsenblatt. Nr. 22. 2007

o.V.: Wozu ein Autorencasting, Herr Spreckelsen? In: Buchreport Magazin. 41.
Jahrgang. Nr. 4 April 2010

o.V.: o.T.: Buchreport Magazin. 39. Jahrgang. November 2008

<http://www.andersentag.at>; 22.08.2010

<http://www.bajazzoverlag.ch>; 05.09.10

<http://www.bmukk.gv.at>; 05.06.2010

<http://www.bibliothekderprovinz.at>; 08.06.2010

www.boersenverein.de; 02.07.2010

<http://www.booksellers.org.uk>; 23.3.2010

<http://buchundton.ch>; 16.05.2010

<http://bookshop.blackwell.co.uk>; 08.03.2010

<http://www.books.ch>; 16.05.2010

<http://www.bookstart.org.uk>; 22.03.2010

<http://www.brunnen-verlag.ch/>; 06.09.2010

<http://www.buchbasel.ch/>; 17.09.2010

<http://www.buecher.at/>; 08.06.2010

<http://www.buchmesse.de/>; 03.08.2010

<http://www.buch-messe.at/>; 15.09.2010

<http://www.buchstart.ch/>; 23.08.2010

<http://www.buchwirtschaft.at/>; 08.06.2010

<http://www.buchwoche.at/>; 16.11.2010

<http://www.diogenes.ch/>; 06.09.2010

<http://www.faber.co.uk/about/>; 11.12.2010

<http://www.ggverlag.at/>; 08.06.2010

www.hixbooks.net/; 13.11.2010

www.ilab.org/eng/ilab/code.html; 11.01.2010

<http://www.jacquelinewilson.co.uk/>; 04.03.2010

<http://www.jungbrunnen.co.at/>; 08.06.2010

<http://www.leipziger-buchmesse.de/>; 03.08.2010

www.libreka.de/; 02.07.2010

<http://www.loewe-verlag.de/>; 04.03.10

<http://www.londonbookfair.co.uk/>; 01.09.2010

<http://www.macnotes.de/2010/01/27/ibooks-book-store-ereader-ebooks-ipad/>;
15.11.2010

<http://www.nord-sued.com/>; 06.09.2010

http://www.ofv.ch/index.php?&ID=verlage_atlantis; 05.09.10

www.ohr-liest-mit.de/; 02.07.2010

www.picus.at/; 08.06.2010

Die Buchmärkte Großbritanniens, Deutschlands, Österreichs und der Schweiz
Susanne Tretthahn
0601750

<http://www.prohelvetia.ch>; 05.05.2010

<http://www.publishers.org.uk>; 14.04.2010

www.residenzverlag.at; 08.06.2010

<http://www.schweizerbuchpreis.ch>; 16.12.2009

<http://www.sikjm.ch>; 23.08.2010

<http://www.swissbooks.ch>; 16.12.2009

<http://www.ueberreuter.at>; 08.06.2010

<http://www.vdz.de>; 02.08.2010

www.vorlesewettbewerb.de; 02.07.2010

<http://www.waterstones.com>; 14.04.2010

<http://www.welttag-des-buches.de>; 02.08.2010

<http://www.welttagesbuches.ch>; 23.08.2010

<http://www.worldbookday.com>; 21.09.2010

<http://www.zsolnay.at>; 24.04.2008

<http://www.zvab.com>; 01.08.2010

Bildnachweise:

Haddon, Mark: The Curious Incident of the Dog in the Night-Time

<http://www.randomhouse.com/catalog/display.pperl?isbn=9781400079070>; 13.3.2010

<http://www.buchkatalog.de/kod-bin/isuche.cgi?Aktion=Suchen&SB=0099450259>;
13.3.2010

<http://www.amazon.de/Curious-Incident-Dog-Night-Time>

Adult/dp/0224063782/ref=sr_1_14?ie=UTF8&s=books-intlde&qid=1268471552&sr=8-
14; 13.3.2010

<http://www.buchkatalog.de/kod-bin/isuche.cgi?Aktion=Suchen&SB=306031117X>;
13.3.2010

9. ANHANG

9.1. *Abstract*

Die Arbeit befasst sich mit den Buchmärkten in Großbritannien, Deutschland, Österreich und der Schweiz.

Die Buchmarktgeschichte ist stark national geprägt. Der Vergleich des deutschsprachigen Raums mit Großbritannien bietet sich an, da genügend Gemeinsamkeiten der Märkte auszumachen sind. Die Länder gleichen einander sowohl in Bezug auf den Buchkonsum, als auch hinsichtlich der Produktion und der Vertriebswege.

Ein Schwerpunkt der Arbeit liegt auf der Buchpreisbindung. Es handelt sich um ein aktuelles Thema, da sich die Preisbindung im Spannungsfeld zwischen kulturellen, kulturpolitischen und wirtschaftlichen Interessen befindet und daher von den Medien immer wieder aufgegriffen wird.

In der Arbeit wird ein Vergleich zwischen den unterschiedlichen Preisbindungssystemen in Österreich, Deutschland, der Schweiz und Großbritannien gezogen. Es wird der Frage nachgegangen, welches der präsentierten Systeme welchen Ziel dienlich ist. Dieses kann einerseits ein hoher Umsatz durch einen liberalisierten Markt, oder andererseits der Erhalt eines breit gefächerten qualitativ hochwertigen Programms sein.

Dem Kinder- und Jugendbuch wird auf Grund seiner ökonomischen als auch kulturellen Wichtigkeit ein Teil der Arbeit gewidmet.

Die Arbeit stellt Ergebnisse der Leserforschung sowie Projekte zur Leseförderung vor. Das Ziel der Arbeit ist, einen Überblick über die einzelnen Buchmärkte zu geben, deren jeweiligen Leistungen und Besonderheiten darzustellen sowie auf zukünftige Tendenzen und Entwicklungen hinzuweisen. Als aktuelle Entwicklung wird jene des E-Books herangezogen, dessen mögliche Zukunft entworfen wird.

Ferner wird die wirtschaftliche Relevanz der Buchmessen generell und im speziellen der Buch Wien eingefangen.

9.2. *Curriculum Vitae*

Persönliche Daten:

Name: Susanne Ulrike Tretthahn
Geburtsdatum, -ort: 10. 02. 1986, Wien
Staatsbürgerschaft: Österreich

schulische Ausbildung, beruflicher Werdegang:

seit April 2010	Sortiment und Veranstaltungsorganisation Buchhandlung Herder Zach-Buch GmbH, Wien
Februar 2007-August 2009	Mitarbeit an der digitalen Edition „Robert Musil – Klagenfurter Ausgabe“, Bereich Briefedition, Klagenfurt/Wien
seit Oktober 2006	Studium der Vergleichenden Literaturwissenschaft, Universität Wien
seit Oktober 2006	Buchhandlung Herder Zach-Buch GmbH (studienbegleitend)
2004-2006	Lehre: Buch- und Medienwirtschaft (Buchhandel, Musikalienhandel, Verlag, Pressegroßhandel)
2004	Matura Gymnasium GRG4, Wien 4

Praktika:

Oktober – November 2009	Verlagspraktikum Zsolnay und Deuticke, Wien
August 2008	Praktikum Robert Musil Institut für Literaturforschung, Klagenfurt
Februar 2007	Praktikum an der Handschriften- Autographen und Nachlasssammlung der Österreichischen Nationalbibliothek, Wien