

Der Buchmarkt insgesamt wächst, aber der mittelständische Buchhandel steht unter Druck

Für den Buchmarkt insgesamt verlief das Jahr 2005 im Vergleich zum gesamten Einzelhandel recht positiv. Der expandierende Online-Handel, das kräftige Umsatzwachstum bei Hörbüchern und nicht zuletzt »Harry Potter« gehörten zu den maßgeblichen Faktoren, die der Branche in diesem Jahr ein Umsatzplus von 2 1/2 bis 3% bescherten. Der Sortimentsbuchhandel schnitt aber nicht so gut ab; er konnte seine Umsätze kaum steigern. Insbesondere die kleineren und mittleren Buchhandlungen verzeichneten vielfach Umsatzeinbußen. Der Buchmarkt ist längst nicht mehr eine beschauliche kulturelle Insel, er ist vielmehr geprägt durch einen starken Wettbewerb um Marktanteile, wobei sich die Angebotsstruktur in raschem Tempo verändert. Der Trend zu preiswerten Büchern hält unvermindert an. Zeitungsverlage haben bemerkenswerte Verkaufserfolge mit Sondereditionen, die ebenso wie Taschenbücher und andere preiswerte Buchausgaben an den Margen zehren und die Ertragslage der Branche verschlechtern.

Moderates Umsatzwachstum des Buchmarkts im Jahr 2005

Nachdem der Umsatz im deutschen Buchmarkt 2004 stagnierte (+ 0,1%), war im ersten Halbjahr 2005 eine deutliche Belebung festzustellen. Dem »Branchen-Monitor BUCH« zufolge, der mit den drei Vertriebskanälen Sortimentsbuchhandel, Warenhäuser und E-Commerce etwa zwei Drittel des Gesamtmarktes abdeckt, wurde ein Umsatzplus von 2,7% erzielt. Andere Erhebungen der GfK, Nürnberg, für diesen Zeitraum zeigen, dass die Entwicklung in den verschiedenen Buchkategorien sehr unterschiedlich verlief. Auf der Verliererseite standen Ratgeber und Sachbücher (jeweils - 5%) sowie Bild- und Kunstbände (- 7%). Dagegen verzeichnete die Belletristik, die einen Schwerpunkt im Buchhandel bildet, einen Umsatzzuwachs von 8%.

Zu den Gewinnern zählt auch der Online-Buchhandel, der im vergangenen Jahr um

27% auf 510 Mill. € angewachsen ist. Die Steigerungsraten schwächen sich bei größerem Umsatzvolumen allmählich ab, dürften aber im ersten Halbjahr 2005 immer noch bei rund 15% gelegen haben. Bei diesem Vertriebsweg expandiert der Handel mit gebrauchten Büchern sowohl mengen- als auch wertmäßig überdurchschnittlich stark (vgl. Tab. 1). Saisonal ist hier ein Schwerpunkt in der ersten Jahreshälfte festzustellen, während neue Bücher besonders in der zweiten Jahreshälfte gefragt sind. Dabei spielt das Weihnachtsfest mit den immer beliebteren Buchgeschenken sicherlich eine Rolle.

Einen rasanten Anstieg im ersten Halbjahr 2005 verzeichnete das kleine Segment der Hörbücher. Nach GfK-Angaben stieg der (wertmäßige) Umsatz um 54,6%, der (mengenmäßige) Absatz sogar um 86,3%, was einen spürbaren Preisdruck erkennen lässt, denn diese Produkte unterliegen nicht der Preisbindung. Außerdem werden sie verstärkt über das Internet vermarktet, wo sie wegen fehlender Verpackung und Textbeilagen etwa 20 bis 30% billiger sind. So sind im vergangenen Jahr in Deutschland mit www.audible.de und www.soforthoeren.de zwei Download-Portale entstanden. Die Burda-Gruppe hat in diesem Jahr zur Buchmesse das Portal www.claudio.de gestartet. Hörbücher sollen bzw. können das Lesen nicht ersetzen, sie sind vielmehr als ergänzendes Medium gedacht.

Die Nachfragebelebung im Buchmarkt schlägt sich auch im ifo Konjunkturtest nieder. Denn immer weniger Teilnehmer

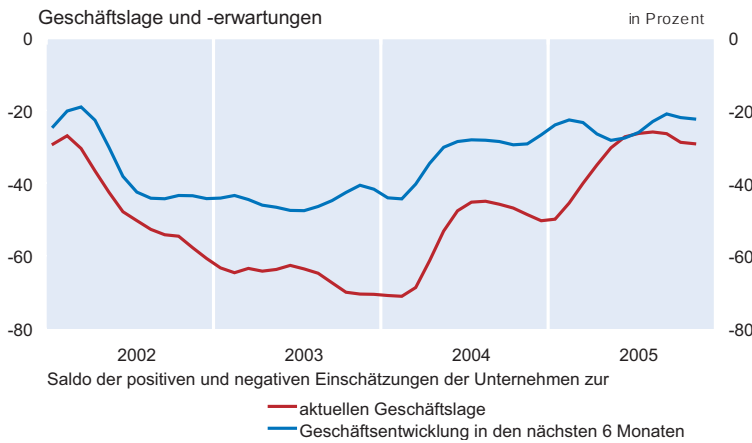
Tab. 1
Vertrieb von neuen und gebrauchten Büchern über das Internet

Zeitraum	Absatzanteile ^{b)} in %		Basis Mill. Stück	Umsatzanteile ^{c)} in %		Basis Mill. €
	neue Bücher ^{a)}	gebrauchte Bücher ^{a)}		neue Bücher ^{a)}	gebrauchte Bücher ^{a)}	
2. Hj. 2003	78	22	18,9	89	11	214,6
1. Hj. 2004	55	45	18,0	75	25	159,5
2. Hj. 2004	68	32	23,2	84	16	228,5
1. Hj. 2005	55	45	21,5	72	28	183,2

^{a)} Über Internet einschließlich Ebay. – ^{b)} Mengenmäßig. – ^{c)} Wertmäßig.

Quelle: GfK Panel Services Deutschland.

Buchhandel



Quelle: ifo Konjunkturtest.

beurteilen ihre aktuelle Geschäftslage als schlecht (vgl. Abbildung). Allerdings erscheint die absatzwirtschaftliche Situation immer noch labil. Trotz einer restriktiven Bestelltätigkeit nimmt der Lagerdruck zu. Außerdem geht im Herbst 2005 der Aufwärtstrend sowohl bei der »Lage« als auch bei den Geschäftserwartungen in eine Seitwärtsbewegung über. Die Nachfragebelebung schwächt sich ebenfalls ab. Nach dem »Branchen-Monitor BUCH« wurde in den ersten drei Quartalen nur noch ein Umsatzplus von 2,2% erzielt. »Harry Potter« bescherte der Branche allerdings im Oktober ein Wachstum von 5,3%, so dass in den ersten zehn Monaten der entsprechende Vorjahresumsatz um 2,5% übertroffen wurde. Für das Gesamtjahr 2005 und den Buchmarkt insgesamt kann – je nach Entwicklung des Weihnachtsgeschäfts – ein etwas größerer Zuwachs erwartet werden.

Die Ertragslage des mittelständischen Buchhandels hat sich 2004 verschlechtert

Die Konsolidierungsbemühungen der Branche haben offensichtlich keinen dauerhaften Erfolg. Während 2003 durch konsequente Kostenreduzierung ein nahezu ausgeglichenes betriebswirtschaftliches Ergebnis erzielt wurde, hat sich die Ertragslage im Jahr 2004 wieder verschlechtert. Das ist das Ergebnis von Betriebsvergleichen, die vom Institut für Handelsforschung, Köln, durchgeführt werden und sich auf kleine und mittlere Buchhandlungen konzentrieren; Buchabteilungen in Warenhäusern, große Buchhandelsgruppen und der Versandhandel werden nicht berücksichtigt. Der betriebswirtschaftliche Verlust stieg im Durchschnitt von 0,2 auf 0,8% vom Nettoumsatz (ohne Mehrwertsteuer, vgl. Tab. 2). Die Produktivität in Bezug auf den Personaleinsatz (Umsatz pro beschäftigte Person) und die Raumleistung (Umsatz pro qm Verkaufsfläche) gingen leicht auf 148 812 und 5 096 € zurück. In der Warenwirtschaft ist keine Verbesserung erkennbar, das Lager wurde vielmehr etwas langsamer umgeschlagen (4,9-mal gegenüber 4,8-mal). Bei den Ertragszahlen verringerte sich die Handelsspanne auf 32% vom Nettoumsatz. Gleichzeitig stiegen die Handlungskosten, so dass eine steuerliche Rendite von + 4,6% erwirtschaftet wurde, die aber nicht ausreichte, die kalkulatorischen Kosten Unternehmerlohn und Eigenkapitalzinsen zu decken. Die Teilnehmer am Betriebsvergleich gerieten deshalb im Durchschnitt tiefer in die Verlustzone. Während die Abschreibungen im Jahr 2003

stieg im Durchschnitt von 0,2 auf 0,8% vom Nettoumsatz (ohne Mehrwertsteuer, vgl. Tab. 2). Die Produktivität in Bezug auf den Personaleinsatz (Umsatz pro beschäftigte Person) und die Raumleistung (Umsatz pro qm Verkaufsfläche) gingen leicht auf 148 812 und 5 096 € zurück. In der Warenwirtschaft ist keine Verbesserung erkennbar, das Lager wurde vielmehr etwas langsamer umgeschlagen (4,9-mal gegenüber 4,8-mal). Bei den Ertragszahlen verringerte sich die Handelsspanne auf 32% vom Nettoumsatz. Gleichzeitig stiegen die Handlungskosten, so dass eine steuerliche Rendite von + 4,6% erwirtschaftet wurde, die aber nicht ausreichte, die kalkulatorischen Kosten Unternehmerlohn und Eigenkapitalzinsen zu decken. Die Teilnehmer am Betriebsvergleich gerieten deshalb im Durchschnitt tiefer in die Verlustzone. Während die Abschreibungen im Jahr 2003

**Tab. 2
Ergebnisrechnung im Sortimentsbuchhandel 2004 nach Größenklassen**

Merkmal	Betriebe mit ... beschäftigten Personen						Insgesamt
	2 bis 3	4 bis 5	6 bis 10	11 bis 20	21 bis 50	über 50	
Umsatz ^{a)} je Betrieb in 1 000 €	401	618	1 062	1 998	4 040	16 067	1 879
Barumsatz ^{a)} je Barverkauf in €	16,8	15,6	15,2	14,8	15,8	15,5	15,6
Umsatz ^{a)} in € je							
beschäftigte Person	149 730	144 194	151 651	149 389	153 862	158 287	148 812
qm Verkaufsfläche	4 783	4 806	5 387	5 849	5 164	5 368	5 096
Lagerumschlag (... mal)	4,6	4,6	4,8	4,9	4,6	5,9	4,8
Ertragszahlen in % des Umsatzes ^{a)}							
Betriebshandelsspanne	29,4	31,6	32,1	33,9	33,6	35,4	32,0
./. Handlungskosten, darunter							
Personalkosten	10,8	13,6	16,0	17,5	17,9	18,7	14,5
Miete oder Mietwert	4,4	3,8	4,0	4,2	5,4	4,9	4,2
Abschreibungen	1,2	1,1	1,1	1,4	1,8	1,6	1,2
= Ergebnis vor Steuern	+ 4,9	+ 5,3	+ 3,9	+ 3,9	+ 0,9	+ 3,5	+ 4,6
./. kalkulatorische Kosten (Unternehmerlohn und Zinsen für Eigenkapital)	7,9	6,3	4,4	3,1	1,9	2,5	5,4
= Betriebswirtschaftliches Ergebnis	- 3,0	- 1,0	- 0,5	+ 0,8	- 1,0	+ 1,0	- 0,8
Zum Vergleich: 2003	(- 1,3)	(+ 0,3)	(- 0,8)	(- 0,9)	(- 0,3)	(+ 1,3)	(- 0,2)
2002	(- 0,5)	(- 0,9)	(- 1,9)	(- 0,2)	(- 1,3)	(+ 1,0)	(- 0,9)

^{a)} Ohne Mehrwertsteuer (= Nettoumsatz).

Quelle: Institut für Handelsforschung, Köln; Berechnungen des ifo Instituts.

noch voll verdient wurden, hat sich der Spielraum zur Innenfinanzierung im folgenden Jahr deutlich verringert. Der Cashflow (Ergebnis vor Steuern ./ . Unternehmerlohn + Abschreibungen) lag nur noch bei 0,7% vom Nettoumsatz.

Eine Aufgliederung nach Beschäftigten-Größenklassen zeigt, dass sich die wirtschaftliche Lage unter den Teilnehmern am Kölner Betriebsvergleich in den letzten Jahren sehr unterschiedlich entwickelt hat. Die kleineren Buchhandlungen mit bis zu drei Beschäftigten rutschten immer tiefer in die Verlustzone und schlossen 2004 unter Berücksichtigung der kalkulatorischen Kosten Unternehmerlohn und Zinsen für Eigenkapital mit einem Minus von 3,0% vom Nettoumsatz ab. Bei den mittleren Buchhandlungen ist die Ertragslage vielfach nicht sehr stabil. Zeitweise werden schwarze Zahlen geschrieben, dann wieder sind betriebswirtschaftliche Verluste zu verkraften, etwa bei den Buchhandlungen mit 4 bis 5 und 11 bis 20 Beschäftigten (vgl. Tab. 2). Lediglich die größeren Buchhandlungen mit über 50 Beschäftigten haben in den vergangenen Jahren durchweg einen betriebswirtschaftlichen Gewinn ausgewiesen. Sie verzeichneten auch die höchste Handelsspanne, die von 35,0% (2003) auf 35,4% in 2004 angehoben werden konnte.

Günstige Beschaffungskonditionen und effiziente Warenwirtschaft gewinnen zunehmend an Bedeutung

Die Daten des Betriebsvergleichs deuten daraufhin, dass die maßgeblichen Faktoren für Ertragsunterschiede gar nicht so sehr auf der Kostenseite zu suchen sind, sondern vielmehr in der Handelsspanne liegen, die sich mit zunehmender Betriebsgröße erhöht. Da für die Bücher, die der Preisbindung unterworfen sind, aufgrund fester Ladenpreise auf der Absatzseite kein Handlungsspielraum für eine Spannenverbesserung besteht, kann dies nur auf der Beschaffungsseite realisiert werden. Eine wichtige Rolle dürften dabei günstige Konditionen (Boni, Skonti, Rückvergütungen usw.) spielen. Große Buchhandlungsgruppen profitieren aufgrund ihrer Marktstärke in besonderem Maße von diesen Einkaufsvorteilen. Das »Börsenblatt online« (www.boersenblatt.net/) berichtete am 7. November 2005 über die Entwicklung am Beispiel des Marktführers Thalia, der von den Verlagen Prämien für jede neu eröffnete Filiale, aber auch für Umbau und Renovierungen fordert. Über diese und andere Konditionen, wie z.B. Remissionen und Werbekostenzuschüsse, soll in Jahresgesprächen verhandelt werden.

Dieser Vorstoß der Thalia-Gruppe stellt sich in handels- und wettbewerbspolitischer Sicht ambivalent dar. Auf der einen Seite funktioniert aus verschiedenen Gründen – anders als im Lebensmittelhandel – die bloße Bündelung von Bezugsmengen zur Kostendegression nicht bei der Distribution von Büchern. Dies ist wohl eine Erklärung, warum sich Einkaufs-

kooperationen nicht auf breiter Front im Buchhandel durchgesetzt haben. Auf der anderen Seite wird durch die angestrebten Jahresgespräche mit Verlagen auf der Beschaffungsseite eine Praxis geschaffen, die im Markt für Lebensmittel schon vor vielen Jahren von nachfragestarken Handelsgruppen eingeführt wurde (vgl. Breitenacher und Täger 1990). Allerdings besteht dort auf der Absatzseite auch ein heftiger Preiswettbewerb, der vor allem durch große Discountunternehmen forciert wird. Der Preis als Absatz- und Wettbewerbsinstrument ist aber in weiten Bereichen des Buchmarkts aufgrund der Preisbindung unbekannt. Dabei stellt sich die Frage, ob verbindliche Ladenpreise wirklich »den Erhalt eines breiten Buchangebots (sichern)« und »die Existenz einer großen Zahl von Verkaufsstellen (fördern)« (§1 BuchPrG). Vielmehr verfestigt sich der Eindruck, dass diese gesetzliche Regelung nicht nur dem »Schutz des Kulturguts Buch«, sondern vor allem großen Buchhandelsunternehmen dient, die ihre Expansion ohne lästigen, ertragsmindernden Preiswettbewerb vorantreiben können. Wenn die übrigen Buchhändler ihre Marktstellung behaupten wollen, sollten sie einem rentablen Warenbezug einen größeren Stellenwert einräumen. Eine intensivere Auseinandersetzung mit dieser Problematik empfiehlt sich deshalb dringend.

Betriebswirtschaftliches Denken und Handeln ist bei kleinen und mittleren Buchhandlungen noch vielfach unterentwickelt

Rationalisierungsmaßnahmen im Beschaffungsbereich werden zwar künftig an Bedeutung gewinnen, sie reichen aber zur Steigerung der Leistungs- und Wettbewerbsfähigkeit bei weitem nicht aus. Vielmehr sind auch im Buchhandel die Finanzierungsstrukturen und insbesondere die Fremdfinanzierung kritisch zu überprüfen. Denn die bankinternen Ratingverfahren werden inzwischen flächendeckend bei nahezu allen Unternehmensgrößen eingesetzt. Damit wird die Bonität der kreditsuchenden Unternehmen zu einem Schlüsselfaktor, der unmittelbar die Kreditkonditionen beeinflusst. Für ertragschwächere Firmen, bei denen das Kreditrisiko bzw. die Ausfallwahrscheinlichkeit höher sind, ergibt sich daraus eine höhere Zinsbelastung als für gewinnstarke, ertragsstabile Firmen. Als Konsequenz erscheint ein Umdenken in der Unternehmensführung notwendig. Dazu gehört eine verbesserte Informationspolitik gegenüber Kreditgebern. Im Vordergrund stehen dabei nicht nur finanzwirtschaftliche Daten wie Liquidität, Bilanzkennziffern, sondern auch qualitative Aspekte. Hier ist auf die Darstellung der Führungs- und Organisationsstruktur hinzuweisen, die auch die Fachkompetenz der Mitarbeiter erkennen lässt. Wichtig ist auch eine Analyse der firmenindividuellen Leistungsfähigkeit vor dem Hintergrund aktueller und künftiger Marktentwicklungen. Dabei sollte auch die Wettbewerbssituation vor Ort eingehend analysiert und abgeschätzt werden, in welchem Ausmaß sich Nachfrageverlagerungen zu bestehenden oder ge-

planten Buchhandelsfilialen ergeben können. Denn auch die mittel- und langfristige Stabilität des Unternehmens und die Unternehmensnachfolge spielen bei der Bonitätsprüfung eine Rolle.

Die zeitnahe Erfassung und Aufbereitung finanzwirtschaftlicher Daten stellt sich aber häufig problematisch dar. Viele mittelständische Firmen legen deshalb ihren Jahresabschluss zu spät vor. Die Ergebnisse spiegeln dann nicht mehr die aktuelle betriebswirtschaftliche Situation wider, sondern sind längst Vergangenheit, wobei Unsicherheit und Ungewissheit besteht, wie sich die Ertragslage in der Zwischenzeit entwickelt hat. Es sollte nicht verwundern, wenn daraus Schwierigkeiten bei der Fremdfinanzierung entstehen. Es erscheint deshalb ratsam, wenn hier ein Umdenken stattfindet. Die beschleunigte Erstellung des Jahresabschlusses kann sich jedoch nicht auf eine einmalige Aktion beschränken. Sie sollte vielmehr zur »Chefsache« erklärt und in die organisatorischen Abläufe während des ganzen Jahres integriert werden.

Es gibt zwar einen nennenswerten Anteil von Buchhandlungen, der seine Marktposition mit Hilfe moderner Marketingkonzepte und konsequenter Rationalisierung erfolgreich gehalten hat. Dennoch orientieren sich viele mittelständische Buchhändler immer noch an Erfolgsstrategien der Vergangenheit; sie haben gerade im betriebswirtschaftlichen Bereich und hier wiederum bei der Finanzierung gravierende Defizite. Darauf weisen Auswertungen einer Unternehmensbefragung hin, die die KfW zusammen mit Wirtschaftsverbänden zum vierten Mal durchgeführt hat (KfW Bankengruppe 2005). Erstmals hat sich auch der Börsenverein des Deutschen Buchhandels in Kooperation mit dem Bundesverband Druck und Medien (BVDM) beteiligt, wobei eine Sonderauswertung für Buchhändler (512 Teilnehmer) durchgeführt wurde.

Ein Aspekt der umfangreichen Erhebung bezog sich auf den Informationsstand zum Thema Rating. Den Ergebnissen zufolge waren nur in 40,6% der teilnehmenden Buchhandelsunternehmen die Ratingkriterien bekannt, die Mehrzahl (59,5%) kannte sie nicht (vgl. Tab. 3). Allerdings ergeben sich deutliche Unterschiede, wenn nach der Umsatzgröße differenziert wird. Dabei sind unzureichende Informationen bei Kleinstunternehmen mit einem Jahresumsatz unter 100 000 € häufig (70,8%), sie erscheinen aber weniger problematisch, weil es sich in der Regel um Nebenerwerbsbetriebe handelt, deren Kreditbedarf nicht sehr hoch ist, so dass zwar Sicherheiten verlangt werden, aber eine eingehende Prüfung der Kreditwürdigkeit in der Regel unterbleibt. Schwerwiegender sind Informationsdefizite bei den kleinen (65%) und mittleren Buchhandlungen (46,8%), die ohnehin

Tab. 3
Kenntnisstand zum Rating im Buchhandel
Anteile in %

Kenntnisstand bei ...	Buchhandelsunternehmen				Insg.
	Kleinst- ^{a)}	Kleinen ^{b)}	Mittleren ^{c)}	Großen ^{d)}	
Ratingkriterien sind ...					
bekannt	23,1	31,5	50,7	67,6	40,6
nicht bekannt	70,8	65,0	46,8	29,7	55,9
keine Angaben	6,2	3,4	2,5	2,7	3,5
Ratingnote ist ...					
bekannt	3,1	6,4	20,9	45,9	14,8
nicht bekannt	73,8	75,4	57,2	32,4	64,6
keine Angaben	23,1	18,2	21,9	21,6	20,5

^{a)} Umsatz unter 100 000 €. – ^{b)} 100 000 € bis unter 500 000 €. – ^{c)} 500 000 € bis unter 2,5 Mill. €. – ^{d)} 2,5 Mill. € und mehr Umsatz.

Quelle: Börsenblatt des Deutschen Buchhandels, Nr. 47, 2005.

einem Abschmelzungsprozess unterliegen. Die ständige Kontrolle der Liquiditätsentwicklung und die rechtzeitige Einschaltung der Hausbank werden hier zur Existenzfrage. Denn das Fehlen von flüssigen Mitteln zur Begleichung von kurzfristigen Verbindlichkeiten ist bekanntlich der häufigste Insolvenzgrund. Bei den großen Unternehmen mit einem Umsatz von 2,5 Mill. € und mehr ist man zwar mit der Materie besser vertraut, doch erscheint der Anteil von knapp 30% nicht informierter Buchhandlungen bedenklich hoch.

Bei der Frage nach der Ratingnote traten noch größere Wissenslücken auf (vgl. Tab. 3). Nahezu zwei Drittel der befragten Buchhändler kannten ihre Einstufung nicht. Bei den kleinen Buchhandlungen waren es sogar drei Viertel, bei den »Großen« immer noch nahezu ein Drittel. In der KfW-Erhebung wurde auch nach den Gründen für die Unkenntnis gefragt und unter anderem sektorspezifisch ausgewertet. Danach gaben rund 88% der Einzelhandelsunternehmen an, sich nicht nach der Ratingnote erkundigt zu haben. Die Kommunikation zwischen Unternehmen und Kreditinstituten scheint nach diesen Ergebnissen stark verbesserungswürdig zu sein. Das gilt für eigenkapitalschwache Unternehmen, die besonders im Mittelstand häufig anzutreffen sind. Eine intensivere Vorbereitung auf das Rating dürfte sich für diese Firmen sehr schnell auszahlen, kann doch dadurch der Zugang zu Fremdkapital wesentlich erleichtert oder sogar erst möglich gemacht werden. Aber auch die Kreditinstitute, insbesondere die Kundenberater, sind gefordert, das Gespräch mit den von ihnen betreuten Kunden zu suchen. Die firmenindividuell vermittelten Informationen sind sicherlich zeit- und damit auch kostenintensiv. Gerade in der Einführungsphase des Ratingverfahrens erscheint dies aber unverzichtbar.

Der Buchmarkt wird schnelllebig, die Konzentration setzt sich fort

Die Distribution von Büchern ist Teil eines vielschichtigen Medienmarktes geworden, wobei die digitalen Medien auf Kin-

der und Jugendliche eine große Faszination ausüben. »Mobile Content« (z.B. Handy Klingeltöne, Spiele), kommerzielle Musik Downloads oder DVDs erfreuen sich einer regen Nachfrage. Die Kaufbereitschaft, die sich bei vielen Konsumgütern immer schwächer entwickelt, ist hier überdurchschnittlich hoch. Aus den USA wird berichtet, dass die neue Spielkonsole Xbox 360 von Microsoft innerhalb weniger Tage ausverkauft war. Nach Angaben des Bundesverbands Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien (BITKOM) dürfte der Absatz von MP3-Playern in Deutschland 2005 um 85% auf 5,8 Mill. Geräte zunehmen. Der deutsche DSL-Markt boomt ebenfalls. Jeder vierte Haushalt besitzt bereits einen schnellen Internet-Anschluss. Die stark gestiegene Leistungsfähigkeit bei den Übertragungsraten und der aggressive Preiswettbewerb der Provider machen das Surfen zu einer beliebten Freizeitbeschäftigung.

Die Nachfrage nach Büchern verläuft bei dieser starken Medienkonkurrenz noch relativ stabil, aber die Angebotsstrukturen verändern sich im Buchmarkt in raschem Tempo. Das lässt sich am Beispiel von Unternehmen feststellen, die Remittenden (Modernes Antiquariat) oder gebrauchte Bücher vertreiben. Beeindruckten die Firmen zunächst mit einem Vertrieb in Millionenstückzahlen und zweistelligen Wachstumsraten, überraschten sie später mit Insolvenzmeldungen, aber auch – zumindest in einem Fall – mit einem Investor aus China, der einen Neustart mit ehrgeizigen Expansionsplänen ermöglichen soll. Gravierende Probleme für den mittelständischen Buchhandel sind auch mit preisgünstigen Zeitungseditionen verbunden, weil die niedrige Handelsspanne die angespannte Ertragslage der Branche weiter verschlechtert. Die »Süddeutsche Zeitung« hat 10 Mill. Exemplare auf den Markt gebracht, die »Bild-Zeitung« kam in Kooperation mit dem Weltbild-Verlag auf 6 Mill. Bücher, und das in Zusammenarbeit mit Brockhaus erstellte Lexikon der Wochenzeitung »Die Zeit« erreichte immerhin eine Auflage von mehr als 2 Millionen (Giersberg 2005). Der Verkaufserfolg hat die Zeitungsverlage ermutigt, weitere Projekte zu planen. Inzwischen vergeht kaum ein Tag, an dem nicht neue Reihen angekündigt werden: etwa Comibücher, Kinderbücher oder Krimiserien.

Die Digitalisierung und das Internet haben den Buchmarkt schon seit einigen Jahren stark verändert. Dieser Prozess ist aber noch längst nicht abgeschlossen, weil neue Technologien immer wieder die Angebotsstrukturen und damit auch den Wettbewerb verändern. Aktuell geht es um die Digitalisierung von Buchinhalten, die eine Volltextsuche ermöglichen. In den USA wird dieses Verfahren vom Online-Buchhändler Amazon schon seit zwei Jahren praktiziert. Google ist ebenfalls in diesem Bereich aktiv, und Microsoft plant zusammen mit Yahoo das Scannen englischsprachiger Bücher in großem Stil. In Deutschland bietet Amazon seit dem 20. Juli 2005 den Dienst »Search Inside« an. Darüber hinaus wird unter Mitarbeit des Börsenvereins des Deutschen Buchhandels an einer gemeinsamen Branchen-

plattform für deutschsprachige Bücher gearbeitet. Die schon existierenden und geplanten Projekte sollen den Kunden über Suchbegriffe eine gezielte Auswahl von Büchern ermöglichen und damit auch zu Kaufanreizen und Mehrumsätzen führen. Es können aber nur Textauszüge auf wenigen Seiten, nicht aber das ganze Buch gelesen werden. Diese und andere Entwicklungen werden die Arbeitsteilung zwischen Verlagen und Buchhandel verändern. Sie werden insbesondere nicht ohne Konsequenzen für den mittelständischen Buchhandel bleiben. Hier muss verstärkt mit Geschäftsaufgaben gerechnet werden, vor allem wenn die Nachfolge nicht zufriedenstellend gelöst werden kann.

Bei den Vertriebswegen werden sich deshalb weitere Strukturverschiebungen in den nächsten Jahren ergeben. Die zehn größten Filialunternehmen des Buchhandels, die im Jahr 2000 lediglich auf einen Marktanteil von 13% kamen, bauen ihre Position zielstrebig aus und werden 2006 einen Anteil von 23%, am Ende des Jahrzehnts sogar von 30% erreichen (vgl. Tab. 4). Durch den zügigen Ausbau des Filialnetzes mit einer flächendeckenden Erschließung des Bundesgebietes und durch die Übernahme regionaler Buchhandelsunternehmen wird dieses Wachstum generiert. Der Trend zur Filialisierung zeigt sich auch bei Fachbuchhandlungen, etwa im Bereich Recht, Wirtschaft, Steuern (RWS). Auch hier gelingt es den selbständigen, als »Einzelkämpfer« agierenden Buchhändlern immer weniger, wirtschaftlich zu überleben, so dass im günstigsten Fall die Übernahme als Alternative bleibt. Die »sonstigen Buchhandlungen«, die also nicht zu den »Top 10« gehören (vgl. Tab. 4), verzeichneten 2000 noch einen Marktanteil von 41%. In den folgenden Jahren ging dieser Prozentsatz deutlich zurück: 2006 dürfte er bei 30% liegen, 2010 wird nur noch jeder vierte Euro in diesem Vertriebsweg umgesetzt. Ähnlich schrumpfend wird sich auch der traditionelle Buchversand entwickeln, während der Online-Buchhandel seinen Anteil im Zeitraum von 2000 bis 2006 mehr als verdoppelt hat.

Tab. 4
Vertriebswege im Buchmarkt
Marktanteile in %

Vertriebsweg	2000	2004	2006	2010
Filialisten ^{a)}	13	19	23	30
Sonstige				
Buchhandlungen	41	35	30	25
Versandhandel	14	12	11	9
Internet	5	9	11	16
Kauf-, Warenhaus	8	5	5	3
Buchgemeinschaften	6	6	5	4
Bahnhofsbuchhandlungen	1	1	1	1
Schreibwarengeschäfte	< 1	< 1	< 1	< 1
Verbrauchermärkte,				
Discounter	4	4	4	4
Zeitschriften-/Bahnhofs-				
kioske	< 1	< 1	< 1	< 1
Sonstige Einkaufsstätten	7	9	9	6

^{a)} Berücksichtigt wurden nur die Top 10: Hugendubel, Thalia/Montanus/Phönix, Weltbild plus, Mayersche, Gondrom, Weiland, Wittwer, Habel, Pustet, Buch+Kunst.

Quelle: GfK Panel Services, Börsenblatt, Nr. 46, 2005.

Literatur

Wegen der besseren Lesbarkeit wurde auf einen Einzelnachweis weitgehend verzichtet. Der Beitrag basiert schwerpunktmäßig auf Berichten des Börsenblatts – Wochenmagazin für den Deutschen Buchhandel, verschiedene Jahrgänge, herausgegeben vom Börsenverein des Deutschen Buchhandels.

Außerdem soll auf folgende Quellen hingewiesen werden:

Breitenacher, M. und C. Täger (1990), »Ernährungsindustrie«, Heft 46, 175–186.

Giersberg, G. (2005), »Der Kampf um die Bücher«, *Frankfurter Allgemeine Zeitung* vom 17. Oktober, 13.

KfW Bankengruppe (2005), »Unternehmensfinanzierung: Immer noch schwierig, aber erste Anzeichen einer Besserung«, September, 6–74, www.kfw-bankengruppe.de/Presse/Pressekonf64/Unternehme.jsp.