Buch und Buchhandel in Zahlen 2019

Zahlen, Fakten und Analysen
zur wirtschaftlichen Entwicklung

Börsenverein des
Deutschen Buchhandels

Buch und Buchhandel in Zahlen 2019

Herausgegeben vom Börsenverein des Deutschen Buchhandels e. V.
Frankfurt am Main

Impressum

ISBN 978-3-7657-3321-5
ISSN 0068-3051

Herausgeber
Börsenverein des Deutschen Buchhandels e.V.
Marktforschung
Frankfurt am Main

Redaktion
Jana Lippmann
Nora Bechler

Text
Sabine Cronau

Satz, Grafik und Layout
www.imke-krueger-gestaltung.de

Druck
Rachfahl Druck, Bad Vilbel

Umschlaggestaltung
TMC The Marketing Company GmbH & Co. KG, Frankfurt am Main

© Juli 2019
MVB GmbH,
Frankfurt am Main

Inhalt

Grußwort 4

1. Wirtschaftliche Lage und Perspektiven 5
1.1 Branchenumsatz und Branchenentwicklung 5
1.2 Entwicklung der Warengruppen und Editionsformen 12
1.3 Umsatzentwicklung im deutschsprachigen Raum 22

2. Das E-Book in Deutschland 25

3. Buchlese- und Buchkaufverhalten 32
3.1 Buchleser und Buchkäufer 32
3.2 Kaufkraftkarte für Bücher 40

4. Betriebswirtschaftliche Kennzahlen 42
4.1 Buchhändlerische Betriebe 42
4.2 Verlagsbuchhandel 49
4.3 Sortimentsbuchhandel 55
4.4 Bahnhofsbuchhandel 71
4.5 Preisentwicklung 72

5. Außenhandel mit Gegenständen des Buchhandels 76

6. Die Buchproduktion in Deutschland 81
6.1 Inländische Titelproduktion 81
6.2 Übersetzungen in die deutsche Sprache 96
6.3 Lizenzen 103

7. Fachmedien 118

8. Buchmessen 120

9. Beschäftigung und Berufsbildung im Buchhandel 122
9.1 Beschäftigung 122
9.2 Ausbildung 124

10. Der Börsenverein des Deutschen Buchhandels 126

11. Anhang 127
Tabellen des Anhangs 127
Adressen 148
Quellenverzeichnis 151
Register 153

Grußwort

Der Buchmarkt ist trotz steigender Medienkonkurrenz stabil. Verlage und Buchhandlungen entwickeln erfolgreich neue Maßnahmen, um Menschen für Bücher zu begeistern: Die Zahl der Buchkäufer in Deutschland ist 2018 erstmals seit 2012 wieder gestiegen. Die Buchbranche konnte rund 300.000 Buchkäuferinnen und -käufer zurückgewinnen. Auch der Branchenumsatz stabilisierte sich: 2018 lag der Umsatz der Buchbranche mit 9,13 Milliarden Euro auf demselben Niveau wie im Vorjahr.

Größter Vertriebsweg für Bücher bleibt der stationäre Buchhandel mit einem Umsatzanteil von 46,8 Prozent am Gesamtmarkt. Der Internethandel mit Büchern, unter den auch das Online-Geschäft der stationären Händler fällt, gewinnt weiter an Bedeutung: Über die Online-Shops machte der Buchhandel 4,0 Prozent mehr Umsatz als 2017. Besonders starke Zuwächse verzeichnete 2018 das Sachbuch mit einem Umsatzplus von 5,5 Prozent.

Die positive Marktentwicklung zeigt sich auch beim E-Book. Digitale Bücher verzeichneten im vergangenen Jahr deutliche Zuwächse. Die Branche konnte auch beim E-Book Käuferinnen und Käufer zurückgewinnen, Absatz und Umsatz stiegen. Das zeigt, dass sich das E-Book im Publikumsmarkt als weitere Darreichungsform etabliert und noch Steigerungspotenzial hat.

Alle wichtigen Kennzahlen des Buchmarktes sind in „Buch und Buchhandel in Zahlen“ zusammengefasst. In seiner 67. Auflage liefert das Zahlenwerk einen breiten Überblick über die Marktentwicklung des vergangenen Jahres. Die Veröffentlichung des Börsenvereins informiert über die zentralen Fakten und Trends aus der Buchbranche, von der Umsatzentwicklung über das Kauf- und Leseverhalten über die betriebswirtschaftliche Entwicklung bis hin zur Buchproduktion und Beschäftigung in der Branche.

Mit „Buch und Buchhandel in Zahlen 2019“ ist der Börsenverein zentrale Anlaufstelle und kompetenter Partner für Marktzahlen rund um das Buch.

Heinrich Riethmüller
Vorsteher, Börsenverein des Deutschen Buchhandels e.V.

1. Wirtschaftliche Lage und Perspektiven

1.1 Branchenumsatz und Branchenentwicklung

Mit großem Einsatz und auf vielen verschiedenen Baustellen musste die Buchbranche in den vergangenen zwölf Monaten Zukunftssicherung betreiben – beim Ringen um die EU-Urheberrechtsreform, bei der strategischen Arbeit gegen den Käuferschwund auf dem Buchmarkt, bei der Schadensbegrenzung nach der Insolvenz des größten deutschen Zwischenbuchhändlers KNV, der eine Schlüsselrolle in der Branchenlogistik spielt.

Doch auch wenn bewegte Zeiten hinter den Buchhandlungen und Verlagen in Deutschland liegen: Die Geschäfte liefen stabil. 2018 setzte die Branche 9,13 Milliarden Euro um – die Umsätze lagen damit auf dem Niveau des Vorjahres. Zugleich ist es gelungen, Buchkäufer zurückzugewinnen und die Einnahmen im Buchhandel in den ersten sechs Monaten 2019 deutlich zu steigern.

Tabelle 1 erlaubt einen Blick auf die Umsatzentwicklung der vergangenen fünf Jahre. 2014 und 2015 stand bereits ein spürbares Minus von 2,2 Prozent bzw. 1,4 Prozent unter der Jahresabrechnung, 2016 konnte die Branche dann wieder 1,0 Prozent aufholen – bevor die Umsätze 2017 abermals nachgaben (minus 1,6 Prozent). Vor diesem Hintergrund kann die Buchbranche mit der Nullrunde 2018 sehr zufrieden sein. Alles in allem hat der Buchmarkt in den vergangenen fünf Jahren 188 Millionen Euro beziehungsweise 2,0 Prozent seines Umsatzvolumens verloren. Geht man allerdings noch weiter zurück bis ins Jahr 2003, dann zeigt sich bei diesem Langzeitvergleich, dass der Markt über die vergangenen 15 Jahre hinweg nicht geschrumpft ist, sondern unter dem Strich ein kleiner Zuwachs von 0,7 Prozent steht (hier nicht abgebildet) – angesichts des radikalen digitalen Wandels auch ein Zeichen für die Anpassungsfähigkeit und Innovationskraft der Branche.

Tab. 1: Geschätzte Umsätze buchhändlerischer Betriebe zu Endverbraucherpreisen 2014 – 2018

	Umsatz in Mio. €	Veränderung in %
2014	9.322	-2,2
2015	9.188	-1,4
2016	9.276	+1,0
2017	9.131	-1,6
2018	**9.134**	**±0,0**

Quelle: Börsenverein des Deutschen Buchhandels

Buchkäufer-Studie markiert einen Wendepunkt für die Branche

Die größte Herausforderung, vor der Buchhandlungen und Verlage aktuell stehen, ist die Abwanderungsbewegung bei den Buchkäufern. Der Börsenverein hat diese Veränderung zusammen mit der GfK in der Studie „Buchkäufer – quo vadis?“ genauer untersucht. Dieser

Analyse zufolge, die im Januar 2018 in Auszügen und im Juni 2018 im Detail präsentiert wurde, ist die Zahl der Käufer auf dem Publikumsbuchmarkt (ohne Schul- und Fachbücher) zwischen 2013 und 2017 um 6,4 Millionen Menschen gesunken. 2013 zählten die Marktforscher noch 36 Millionen Buchkäufer, 2017 erwarben nur 29,6 Millionen Menschen ab 10 Jahren in Deutschland mindestens ein Buch.

Die Studie analysiert auch die Gründe für diese Entwicklung. Alle befragten „Buch-Abwanderer“ gaben dabei unisono an, Bücher zwar sehr zu schätzen – sie in der Hektik des Alltags und ihrer Social-Media-Aktivitäten jedoch aus dem Blick zu verlieren. Neben der Zeit fehlt es den Befragten zudem an Kontaktpunkten zum Buch und viele vermissen Orientierungshilfen, um sich über das Angebot zu informieren.

Buchhandlungen und Verlage haben sich im vergangenen Jahr intensiv mit der Studie beschäftigt und ihre Schlüsse daraus gezogen. Für den Börsenverein markiert die Untersuchung deshalb einen Wendepunkt auf dem Buchmarkt: Die „Erkenntnisse haben in der Branche das Bewusstsein geschärft, dass eine neue Art der Kundenansprache nötig ist“, so Hauptgeschäftsführer Alexander Skipis im Juni 2019 bei der Wirtschaftspressekonferenz des Börsenvereins. Um Buchkäufer zurückzugewinnen, haben Verlage und Buchhandlungen viele neue Projekte entwickelt – darunter innovative Ladenkonzepte, Erzählformen, Veranstaltungsformate und Social-Media-Aktionen. Darüber hinaus arbeitet die Branche an einem modernen, kundenfreundlichen Orientierungssystem für den Buchhandel. Und die 2013 gestartete Branchenkampagne JETZT EIN BUCH! wird grundlegend weiterentwickelt, um Bücherlesen wieder stärker als selbstverständlichen Teil des Alltags zu verankern.

Wieder mehr Menschen für das Buch zu begeistern: Dieses Ziel lässt sich offenbar mit vereinten Kräften und starken Programmen durchaus erreichen. 2018 jedenfalls konnten Verlage und Buchhandlungen rund 300.000 Buchkäuferinnen und -käufer zurückgewinnen – der erste Zuwachs seit 2012. Interessanterweise zeigen sich die größten Zuwächse gerade in den Altersgruppen, in denen in den Vorjahren besonders viele Käufer abgewandert sind, also bei den 20- bis 29-Jährigen (2018: plus 15,2 Prozent gegenüber 2017), bei den 30- bis 39-Jährigen (plus 15,8 Prozent) und bei den 40- bis 49-Jährigen (plus 2,2 Prozent). Mehr Informationen zum Thema Buchleser und Buchkäufer finden sich in Kapitel 3.1.

Brüssel macht den Weg für die Verlegerbeteiligung frei

Neben der Frage, wie sich die Zahl der Buchkäufer wieder steigern lässt, gab es zahlreiche rechtliche und politische Themen, die Verlage und Buchhandlungen 2018 in Deutschland bewegt haben. Von zentraler Bedeutung war die sogenannte EU-Richtlinie über das Urheberrecht im digitalen Binnenmarkt. Die Copyright-Richtlinie sorgte für lautstarke, öffentli-

che Proteste (Stichwort: „Upload-Filter“), wurde im März 2019 jedoch nach monatelangem Tauziehen vom EU-Parlament verabschiedet. Das war für die deutschen Verlage vor allem deshalb eine wichtige Nachricht, weil die Reform aus Brüssel eine nationale Regelung zur Verlegerbeteiligung ermöglicht. Ein Urteil des Bundesgerichtshofs hatte die bisherige Ausschüttungspraxis der Verwertungsgesellschaften im April 2016 ausgehebelt. Daraus ergaben sich zum einen hohe Rückzahlungsverpflichtungen, etwa an die VG Wort, zum anderen ging den Verlagen eine wichtige Einnahmequelle verloren – beides war für kleinere und mittlere Verlage zum Teil existenzgefährdend: „Nach der positiven Entscheidung des EU-Parlaments für die EU-Urheberrechtsreform benötigen wir schnellstmöglich eine nationale Umsetzung, damit Verlage endlich wieder sicher kalkulieren können“, so der Börsenverein zum Votum des EU-Parlaments an die Adresse der Bundesregierung.

Der Verband kann dabei auf die Unterstützung der Politik bauen, so wie auch in einem anderen Fall, der die Branche 2018 beschäftigt hat: Die Monopolkommission, die die Bundesregierung in Wettbewerbsfragen berät, forderte in einem Sondergutachten die Abschaffung der Buchpreisbindung. Die Reaktion von Kulturstaatsministerin Monika Grütters folgte prompt: „Die Stellungnahme der Monopolkommission unterhöhlt die jahrelangen Bemühungen der Bundesregierung, das Angebot und die Breite des Kulturgutes Buch in Deutschland zu fördern und den unabhängigen Buchhandel und die Verlage als Garanten in ihrer Vielfalt zu schützen.“ Im Dezember 2018 stellte sich auch der Bundestag hinter die gebundenen Ladenpreise für Bücher – und verabschiedete einstimmig (!) einen Antrag der Großen Koalition, der die Bundesregierung dazu auffordert, der Empfehlung der Monopolkommission nicht zu folgen. Um die aktuelle Bedeutung der Preisbindung für den deutschen Buchmarkt aufzuzeigen, hat der Börsenverein zudem zwei wissenschaftliche Gutachten an den Universitäten in Gießen und Osnabrück in Auftrag gegeben, die im Herbst 2019 vorgestellt werden sollen.

E-Commerce-Umsätze wachsen immer noch weiter

Wie verteilen sich die Umsätze auf dem Buchmarkt, gemessen an den einzelnen Vertriebskanälen? Das lässt sich an Tabelle 2 und Abbildung 1 ablesen. Der stationäre Buchhandel in Deutschland hat 2018 einen Umsatz von 4,27 Milliarden Euro erwirtschaftet (ohne E-Commerce). Er bleibt damit der mit Abstand wichtigste Vertriebsweg für Bücher – hat aber im Vergleich zum Vorjahr erneut leicht verloren (minus 0,7 Prozent). Aktuell sichert sich das Sortiment damit noch 46,8 Prozent des gesamten Branchenumsatzes (2017: 47,1 Prozent, 2014: 49,2 Prozent, 2008: 52,6 Prozent, Tabelle 2).

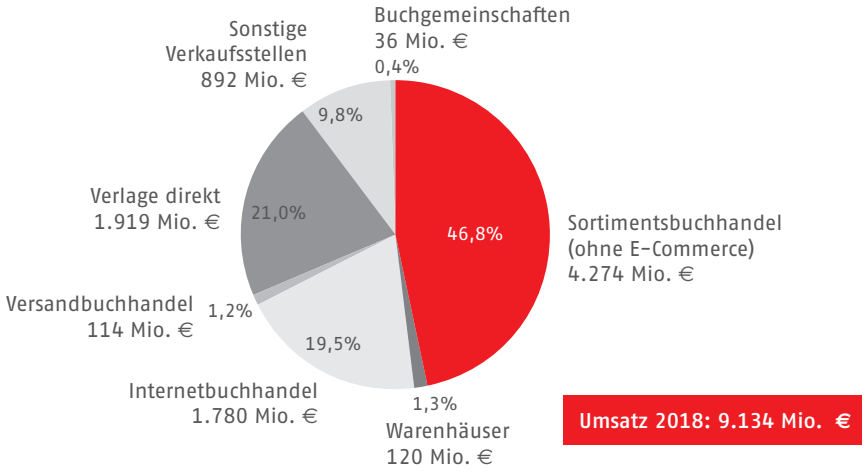
Im Gegenzug hat der Internetbuchhandel weiter aufgeholt: Die E-Commerce-Umsätze gin-

Tab. 2: Geschätzte Umsätze buchhändlerischer Betriebe zu Endverbraucherpreisen 2014 – 2018

	2014			2015		
	Veränd. 14/13	Umsatz in Mio. €	Anteil in %	Veränd. 15/14	Umsatz in Mio. €	Anteil in %
Sortimentsbuchhandel (ohne E-Commerce)	-1,2	4.583	49,2	-3,4	4.427	48,2
Sonstige Verkaufsstellen	-2,6	922	9,9	+1,0	931	10,1
Warenhäuser	-17,3	117	1,3	-3,5	113	1,2
Versandbuchhandel (einschl. Internet)	-5,9	1.672	17,9	+2,9	1.720	18,7
Davon: Internet	-3,1	1.511	16,2	+6,0	1.602	17,4
Versandbuchhandel	-26,0	161	1,7	-26,4	118	1,3
Verlage direkt	+1,5	1.904	20,4	+0,8	1.919	20,9
Buchgemeinschaften	-21,0	122	1,3	-36,9	77	0,8
Insgesamt	**-2,2**	**9.322**	**100,0**	**-1,4**	**9.188**	**100,0**

gen im vergangenen Jahr um 4,0 Prozent nach oben. Der Online-Buchhandel stellt damit in der Zusammenschau der Vertriebswege einen Anteil von 19,5 Prozent am Gesamtumsatz der Branche. Das entspricht einer Summe von 1,78 Milliarden Euro. Ein Großteil dieser Einnahmen dürfte auf das Konto von Marktführer Amazon fließen, aber längst nicht alles. Denn in diesen Zahlen sind auch die nicht unerheblichen Online-Umsätze der stationären Händler enthalten, von denen die meisten mittlerweile über einen Internet-Shop verfügen.

Abb. 1: Geschätzte Umsätze buchhändlerischer Betriebe zu Endverbraucherpreisen 2018



Quelle: Börsenverein des Deutschen Buchhandels, 2019

	2016			2017			2018		
	Veränd. 16/15	Umsatz in Mio. €	Anteil in %	Veränd. 17/16	Umsatz in Mio. €	Anteil in %	Veränd. 18/17	Umsatz in Mio. €	Anteil in %
	-0,8	4.392	47,3	-2,0	4.304	47,1	-0,7	4.274	46,8
	+0,4	935	10,1	-4,6	892	9,8	±0,0	892	9,8
	+16,3	131	1,4	-3,7	127	1,4	-5,9	120	1,3
	+7,5	1.849	19,9	-0,5	1.841	20,2	+2,9	1.894	20,7
	+5,3	1.687	18,2	+1,5	1.712	18,8	+4,0	1.780	19,5
	+37,5	162	1,7	-20,9	128	1,4	-11,3	114	1,2
	+1,2	1.942	20,9	±0,0	1.942	21,3	-1,2	1.919	21,0
	-64,5	27	0,3	-5,0	26	0,3	+37,8	36	0,4
	+1,0	**9.276**	**100,0**	**-1,6**	**9.131**	**100,0**	**±0,0**	**9.134**	**100,0**

Quelle: Börsenverein des Deutschen Buchhandels

Kleiner Umsatzdämpfer für Verlage im Direktgeschäft

Leichte Einbußen verzeichnet bei den Vertriebswegen diesmal das Direktgeschäft der Verlage, das in den Vorjahren kontinuierlich zugelegt hatte, jetzt aber nur noch auf 1,92 Milliarden Euro kommt und damit 1,2 Prozent unter dem Niveau von 2017 bleibt. Der Marktanteil ist im Vergleich zum Vorjahr von 21,3 Prozent auf 21,0 Prozent gefallen. Der Direktvertrieb der Verlage umfasst vor allem das Geschäft mit Unternehmen und Institutionen, betrifft also in erster Linie den Wissenschafts- und Fachbuchmarkt. Aber auch Publikumsverlage, insbesondere aus dem Ratgebersegment, sind hier aktiv.

Neben dem Internethandel melden diesmal nur noch die Buchgemeinschaften steigende Einnahmen – und zwar gleich in zweistelliger Höhe (siehe Tabelle 2). Über diesen Vertriebsweg wurden 2018 satte 37,8 Prozent mehr umgesetzt. Dieser Auftrieb ist bemerkenswert, denn der Umsatz in diesem Segment schrumpfte jahrelang drastisch und rutschte ganz in den Keller, als der Bertelsmann-Konzern sein Clubgeschäft Ende 2015 stilllegte. Den Buchgemeinschaften, die an dem Geschäftsmodell festhalten (etwa die Büchergilde Gutenberg und die Wissenschaftliche Buchgesellschaft), scheint 2018 eine Trendwende geglückt zu sein. Mit einem Anteil von 0,4 Prozent am Gesamtumsatz der Branche stellen sie allerdings den kleinsten Vertriebskanal.

Aus der Zeitreihe in Tabelle 2 lassen sich weitere längerfristige Entwicklungen herauslesen:

- In den Buchabteilungen der Warenhäuser (Karstadt, Kaufhof usw.) laufen die Geschäfte weiterhin schleppend: Sie büßten 2018 5,9 Prozent ihrer Einnahmen ein und setzten nur noch 120 Millionen Euro um. Aktuell werden 1,3 Prozent aller Branchenumsätze im Warenhaus getätigt (2017: 1,4 Prozent, 2014: 1,3 Prozent).

- Die größte Fallhöhe weist auch diesmal der klassische Versandbuchhandel auf (ohne Internet). Der Vertriebskanal, mit Ausnahme eines Höhenflugs 2016 seit Jahren in Bedrängnis, musste 2017 ein Minus von 20,9 Prozent verkraften. Im vergangenen Jahr brachen nun erneut 11,3 Prozent der Einnahmen weg. Das klassische Versandgeschäft via Katalog, Mailing oder Telefon, das nicht zuletzt unter der Krise des großen (Versand-)Buchhändlers Weltbild gelitten hatte, stellt damit aktuell nur noch 1,2 Prozent aller Branchenumsätze, bei einem Volumen von 114 Millionen Euro (2014: 161 Millionen Euro, Marktanteil: 1,7 Prozent).
- In den Sonstigen Verkaufsstellen, zu denen Discounter, Supermärkte, Tankstellen oder Elektronikfachmärkte gehören, blieb das Buchgeschäft im vergangenen Jahr auf Vorjahresniveau. Diese Vertriebskanäle erzielten zusammen genommen einen Umsatz von 892 Millionen Euro. Der Umsatzanteil der so genannten Nebenmärkte bleibt damit im einstelligen Bereich (9,8 Prozent, wie 2017, 2016: 10,1 Prozent, 2014: 9,9 Prozent).

Der E-Book-Umsatz macht einen Sprung nach vorn

Deutlich mehr Schwung als in den Vorjahren kam 2018 in das Geschäft mit digitalen Büchern. E-Books sichern sich mittlerweile einen Anteil von 5,0 Prozent am Publikumsmarkt (ohne Schul- und Fachbücher). Im Vorjahr waren es laut GfK Consumer Panel nur 4,6 Prozent (2014: 4,3 Prozent). Sowohl Absatz als auch Umsatz zogen an: Die Einnahmen kletterten 2018 um 9,3 Prozent nach oben, die Zahl der verkauften Exemplare stieg im Vergleich zu 2017 um 12,7 Prozent (auf 32,8 Millionen E-Books).
Die Zahl der Käufer und die Kaufintensität entwickelten sich ebenfalls positiv: 3,6 Millionen Menschen kauften im vergangenen Jahr E-Books – rund 100.000 mehr als 2017 (3,5 Millionen, plus 1,8 Prozent). Im Schnitt legte jeder Käufer 9,2 E-Books in den Warenkorb, fast ein Exemplar mehr als im Vorjahr (8,3 E-Books, plus 10,7 Prozent). Damit zeigen alle wichtigen Kennzahlen für den E-Book-Markt nach oben – nur eine nicht: der im Schnitt bezahlte Preis. Denn der Trend zu günstigeren Titeln hielt 2018 an. Im Schnitt gaben die Kunden nur 6,19 Euro pro Buch aus. Das sind 3,0 Prozent weniger als im Vorjahr. Damals lag der Preis im Mittel bei 6,38 Euro (minus 5,1 Prozent gegenüber 2016). Weitere Kennzahlen zur Lage des E-Books auf dem Publikumsbuchmarkt finden sich gebündelt in Kapitel 2.

Die Aussichten für das laufende Jahr – und eine Megafusion

Wie wird das Jahr 2019 für die Branche? Anhaltspunkte für die aktuelle Entwicklung liefert der Branchen-Monitor BUCH (BMB), mit dem der Börsenverein monatlich die Umsätze

im Buchhandel misst. Geliefert werden die Daten von Media Control. Für das Handelspanel melden knapp 3.800 Abverkaufsstellen in Deutschland ihre Zahlen elektronisch an das Marktforschungsinstitut. Das Panel umfasst die Vertriebswege Sortimentsbuchhandel, Bahnhofsbuchhandel, Kauf- und Warenhaus, Elektro- und Drogeriemarkt sowie E-Commerce (inkl. Amazon).

Dem BMB zufolge bewegten sich die Einnahmen im Buchhandel in den ersten fünf Monaten des Jahres 2019 deutlich über Vorjahreslevel. Von Januar bis Mai stieg der Umsatz in den zentralen Vertriebswegen um 4,1 Prozent, der Absatz um 1,7 Prozent. Erst im Juni flaute das Geschäft im Buchhandel wieder ab (Umsatz: minus 7,1 Prozent im Vergleich zum Vorjahresmonat), was aber an 2,5 Verkaufstagen weniger durch kalendarische Verschiebungen lag. Unter dem Strich stand im ersten Halbjahr 2019 ein kumulierter Zuwachs von 2,3 Prozent. Damit ist der Grundstein für ein potenzielles Umsatzwachstum 2019 gelegt.

Die Umsätze im Buchhandel entwickeln sich positiv – zugleich steht die Sortimentslandschaft in Deutschland vor einschneidenden Veränderungen. Das zeigt die Megafusion von Thalia und der Mayerschen Buchhandlung. Die beiden Filialisten verkündeten im Januar ihren Zusammenschluss zum „bedeutendsten familiengeführten Sortimentsbuchhändler in Europa“. Thalia betreibt 300 Filialen im deutschsprachigen Raum, die Mayersche von ihrem Stammsitz Aachen aus 55 Geschäfte, vorrangig in Nordrhein-Westfalen. Das Bundeskartellamt hat die Fusion mittlerweile ohne Auflagen genehmigt. Damit entsteht ein neues Schwergewicht auf dem Buchmarkt, nicht nur im Konkurrenzkampf gegen Amazon, sondern auch in der Zusammenarbeit mit den Verlagen.

Parallel zum Paukenschlag dieser Fusionsnachricht bleibt Thalia im kleinen Stil auf Expansionskurs: Neue Läden werden eröffnet, bestehende Buchhandlungen übernommen. Auch weitere Unternehmen wie Hugendubel, Osiander und Rupprecht knüpfen im Moment wieder zielstrebig an ihren Filialnetzen. Dennoch gehen nach wie vor Verkaufsflächen für Bücher verloren, gerade im unabhängigen Buchhandel. Viele Sortimenter, die in den Ruhestand treten wollen, finden keinen Nachfolger, andere müssen aus wirtschaftlichen Gründen aufgeben. Steigende Mieten, die Verödung der Innenstädte: Das sind grundlegende Probleme des Einzelhandels, unter denen auch der Buchhandel leidet.

Grundlegend erschüttert wurde die Branche zudem durch die Insolvenz des Zwischenbuchhändlers Koch, Neff und Volckmar (KNV) Anfang 2019. Die Sorge, dass die Zahlungsunfähigkeit des Logistikspezialisten eine Kette weiterer Insolvenzen, vor allem bei Verlagen, auslösen könne, hat sich bislang jedoch nicht bestätigt.

Auch KNV selbst scheint die Krisenzeiten bald hinter sich lassen zu können: Ende Juni 2019 meldete Insolvenzverwalter Tobias Wahl den Verkauf der gesamten KNV-Gruppe an den Logistikdienstleister Zeitfracht. Das Berliner Familienunternehmen, bislang noch

nicht im Buchgeschäft aktiv, übernimmt Barsortiment, Verlagsauslieferung und Logistik – und alle 1.600 Mitarbeiter von KNV. In der Buchbranche sorgte die Nachricht vom neuen Eigentümer für Erleichterung: „Das schafft eine Perspektive für die Buchlogistik und bietet Planungssicherheit für Verlage und Buchhandlungen“, so Alexander Skipis, Hauptgeschäftsführer des Börsenvereins nach dem Bekanntwerden des neuen Investors. „Dass Zeitfracht die KNV-Gruppe als Ganzes übernehmen will und eine langfristige Fortführung des Geschäftsbetriebs beabsichtigt, sind dafür wichtige Faktoren.“

Ein neuer Sachbuchpreis soll die Debattenkultur fördern

Eine zentrale Aufgabe sieht die Buchbranche auch 2019 in der Förderung der Meinungsfreiheit und Debattenkultur. 2015 war das Bekenntnis „Für das Wort und die Freiheit“ unter dem Eindruck der Terroranschläge von Paris zum Leitmotiv der Branche geworden, seitdem haben sich Buchhandlungen und Verlage immer wieder intensiv mit ihrer Verantwortung für Demokratie und Gesellschaft auseinandergesetzt, etwa mit der Kampagne #FreeWordsTurkey für inhaftierte Autoren und Journalisten in der Türkei oder mit der Aktion #WeVoteForEurope gegen Populismus und für ein starkes Europa. Den öffentlichen Meinungsbildungsprozess will der Börsenverein unter anderem mit dem neuen Deutschen Sachbuchpreis fördern, der ab 2020 analog zum literarischen Deutschen Buchpreis vergeben wird und das „Sachbuch des Jahres“ kürt. Die Auszeichnung wird dezidiert für Bücher ausgelobt, die Impulse für die gesellschaftliche Auseinandersetzung geben, also Debatten anstoßen, aufgreifen oder weiterführen.

1.2 Entwicklung der Warengruppen und Editionsformen

Mit welchen (Print- und Hörbuch-)Produkten die Buchbranche ihre Umsätze 2018 erwirtschaftet hat – dazu liefern die Statistiken der Marktforscher von Media Control und der darauf beruhende Branchen-Monitor BUCH nähere Informationen. Die Werte wurden anhand von (Scanner-)Kassendaten erhoben. Es sind allerdings nur die Barumsätze eingeflossen – und zwar von 3.766 Verkaufsstellen in den Vertriebswegen Sortimentsbuchhandel, Bahnhofsbuchhandel, Kauf- und Warenhaus, Elektro- und Drogeriemarkt sowie die gesamten Umsätze des E-Commerce (inkl. Amazon). Das Rechnungsgeschäft bleibt in den vier erstgenannten Absatzkanälen außen vor.
Zunächst ein Blick auf die Entwicklung der Editionsformen: Wichtigster Umsatzbringer für den Buchhandel ist und bleibt das Hardcover. Im Schulterschluss mit dem ebenfalls höher-

preisigen Softcover sichert es sich ein immer größeres Stück vom Umsatzkuchen. 2018 entfielen 76,0 Prozent aller hier berücksichtigten Umsätze auf diese Editionsform (Tabelle 3, letzte Zeile, dritte Spalte). Hard- und Softcover haben ihren Marktanteil damit weiter ausgebaut. 2017 steuerte das Segment 75,1 Prozent aller Umsätze bei, 2016 waren es 74,8 Prozent gewesen, 2015 nur 73,0 Prozent. Gebundene Bücher haben also innerhalb von drei Jahren drei Prozentpunkte gutgemacht. Auch der Jahresumsatz ist 2018 gestiegen: Über alle hier betrachteten Absatzkanäle hinweg kletterten die Erlöse mit dieser Editionsform um 1,4 Prozent nach oben, im Sortimentsbuchhandel waren es 0,7 Prozent (hier nicht abgebildet). Nach unten geht es im Gegenzug für das Taschenbuch, das nun auf einen Marktanteil von 21,4 Prozent kommt (Tabelle 3, 2017: 21,8 Prozent, 2016: 21,9 Prozent, 2015: 23,3 Prozent). Nach den Erhebungen von Media Control haben Taschenbücher im vergangenen Jahr 2,3 Prozent weniger Umsatz generiert als noch 2017, im Sortiment sanken die Einnahmen mit der preiswerten Zweitverwertungsform um 2,7 Prozent (hier nicht abgebildet). Schon in den beiden Vorjahren war das Taschenbuch auf Talfahrt gegangen – mit Umsatzeinbußen von 2,7 Prozent im Jahr 2017 (Sortiment: minus 3,3 Prozent) beziehungsweise von 5,5 Prozent im Jahr 2016 (Sortiment: minus 6,8 Prozent). Dass sich Taschenbücher am Markt heute schwerer tun, hängt wohl auch damit zusammen, dass vor allem unterhaltsames, kurzlebiges Lesefutter unter der Konkurrenz der E-Books (und der anderen digitalen Medien) leidet.

Tab. 3: Umsatzanteile* der Editionsformen nach Warengruppen 2016 – 2018 (in Prozent)

	Hardcover/Softcover			Taschenbuch			Hörbuch/Audiobook		
	2016	2017	2018**	2016	2017	2018**	2016	2017	2018**
Belletristik	48,3	46,6	50,6	47,5	49,5	45,8	4,2	3,9	3,5
Kinder- und Jugendbücher	78,0	78,4	81,5	13,2	13,2	12,5	8,9	8,4	6,0
Reise	90,6	90,8	90,4	9,1	9,0	9,4	0,3	0,2	0,2
Ratgeber	87,4	87,4	87,6	11,2	11,2	11,2	1,4	1,3	1,2
Geisteswissenschaften, Kunst, Musik	90,0	89,9	90,5	7,3	7,7	7,6	2,7	2,4	2,0
Naturwissenschaften, Medizin, Informatik, Technik	98,1	98,3	98,0	1,8	1,6	1,8	0,1	0,1	0,1
Sozialwissenschaften, Recht, Wirtschaft	85,1	85,3	85,7	14,5	14,4	14,1	0,4	0,3	0,2
Schule und Lernen	97,7	97,7	97,7	1,5	1,6	1,9	0,8	0,7	0,5
Sachbuch	82,1	81,7	81,7	16,9	17,4	17,5	1,0	0,9	0,8
Insgesamt	**74,8**	**75,1**	**76,0**	**21,9**	**21,8**	**21,4**	**3,3**	**3,1**	**2,5**

* Sortimentsbuchhandel, Bahnhofsbuchhandel, Kauf- und Warenhaus, Elektro- und Drogeriemarkt (jeweils Barumsatz) sowie E-Commerce

** Im Jahr 2018 sind die Abverkaufsdaten der Media Saturn Holding nicht mehr enthalten. Daher ist ein Vergleich mit den Jahren zuvor nur eingeschränkt möglich. Diese Abverkäufe umfassten jedoch nahezu ausschließlich Hörbücher.

Quelle: Media Control

Marktanteile verloren haben im vergangenen Jahr ebenso die Hörbücher: Den Media-Control-Zahlen zufolge erzielten Audiobooks 2,5 Prozent aller Umsätze (2017: 3,1 Prozent, 2016: 3,3 Prozent, 2015: 3,7 Prozent). Auch die Einnahmen sind rückläufig – und zwar um 8,6 Prozent über die oben genannten Vertriebskanäle hinweg und um 7,4 Prozent im Sortiment (2017: minus 8,4 Prozent, Sortiment: minus 9,4 Prozent). Bei diesen Zahlen für 2018 ist allerdings zu beachten, dass die Daten der Media Saturn Holding nicht mehr einfließen, die in erster Linie das Hörbuchsegment betreffen. Außerdem sind in dieser Auswertung nur die physischen Verkäufe enthalten. Bezieht man den digitalen Absatz über Downloads und Streamingdienste mit ein, dann scheint das Hörbuch, anders als das Buch, eher vom Medienwandel zu profitieren: Denn im Kielwasser des Podcast-Booms werden auch Hörbücher von den Bundesbürgern gerne auf dem Smartphone oder auf dem Tablet gehört. Der Marktanalyse „Audible Hörkompass 2018“ zufolge, die vom Marktforschungsinstitut Kantar EMNID erstellt wurde, haben im vergangenen Jahr rund 18 Millionen Deutsche Hörbücher und Hörspiele genutzt – das sind rund 2 Millionen mehr als 2017. 53 Prozent der Befragten betrachten Audioinhalte als wichtige Alternative zu visuellen Medien wie Fernsehen oder Computer – bei den unter 30-Jährigen sagen das sogar 63 Prozent.

Blickt man im physischen Hörbuch-Segment nur auf die Belletristik (Tabelle 3, erste Zeile), dann wird deutlich, dass Audiobooks in dieser Warengruppe mit einem Anteil von 3,5 Prozent mehr Bedeutung haben als auf dem Gesamtmarkt (Anteil: 2,5 Prozent). Viele Romane erscheinen zeitgleich auch in der Audiofassung.

Umsatzstärkste Editionsform innerhalb der Belletristik sind in diesem Jahr wieder Hard- und Softcover mit einem Anteil von 50,6 Prozent (2017: 46,6 Prozent). Das Kräfteverhältnis in der Warengruppe hat sich damit erneut gedreht. In der Auswertung für 2017 lag das Taschenbuch vorn – mit einem Marktanteil von 49,5 Prozent an allen Umsätzen mit belletristischen Titeln. Jetzt kommt das preiswerte Segment nur noch auf 45,8 Prozent und im Gegenzug gehen gebundene Bücher mit einem Abstand von fast fünf Prozentpunkten deutlich in Führung.

Bei den Warengruppen glänzen Kinderbücher und Sachbücher

Welche Warengruppe ist die wichtigste für den Buchmarkt? Aus Tabelle 4 geht hervor: eindeutig die Belletristik. Sie ist mit einem Anteil von aktuell 31,5 Prozent die tragende Säule beim Gesamtumsatz im deutschen Buchhandel (2017: 31,9 Prozent, 2016: 31,5 Prozent, 2015: 32,0 Prozent). Trotzdem hat sie im vergangenen Jahr Umsatzvolumen verloren: Die Einnahmen aus Belletristik-Verkäufen gingen um 0,9 Prozent zurück, sowohl über alle Vertriebswege hinweg als auch bei der Einzelauswertung für den Sortimentsbuchhandel (hier

nicht abgebildet). Belletristischer Bestseller des Jahres war laut Erhebung von Media Control der Roman „Töchter einer neuen Zeit“ von Carmen Korn (Rowohlt Taschenbuch) – es ist das meistverkaufte Buch der Warengruppe über alle Editionsformen hinweg. Platz zwei und drei gehen an zwei Spannungstitel aus der Feder von Sebastian Fitzek: „Der Insasse“ (Droemer Hardcover) und „Das Paket“ (Knaur Taschenbuch).

Speziell der Taschenbuchmarkt ist ohne belletristische Bücher kaum denkbar: 67,3 Prozent aller Taschenbuchumsätze wurden 2018 mit Belletristik erzielt (Tabelle 4), etwas weniger als in den drei Vorjahren (2017: 68,2 Prozent, 2016: 68,4 Prozent, 2015: 68,1 Prozent).

Zweiter wichtiger Umsatzträger für den Buchhandel – nach der Belletristik – ist und bleibt das Kinder- und Jugendbuch, das seinen Marktanteil im vergangenen Jahr mit 16,6 Prozent leicht ausbauen konnte (2017: 16,3 Prozent, 2016: 16,5 Prozent, 2015: 15,3 Prozent). Auch die Erlöse entwickelten sich prächtig (plus 3,2 Prozent, nur Sortiment: plus 1,9 Prozent, hier nicht abgebildet). Die zwei größten Erfolgsträger waren „Eiskalt erwischt!“, der 13. Band aus Jeff Kinneys Bestsellerreihe „Gregs Tagebuch“ (Baumhaus) und „Der Räuber Hotzenplotz und die Mondrakete“ aus dem Nachlass von Otfried Preußler (Thienemann).

Auf Platz 3 folgen traditionell die Ratgeber, die ihre Umsätze 2018 nicht halten konnten: Über alle Vertriebswege hinweg büßten sie im Vergleich zum Vorjahr 1,2 Prozent ihrer Um-

Tab. 4: Umsatzanteile* der Warengruppen nach Editionsformen 2016 – 2018 (in Prozent)

	Insgesamt			Hardcover/ Softcover			Taschenbuch			Hörbuch/ Audiobook		
	2016	2017	2018**	2016	2017	2018**	2016	2017	2018**	2016	2017	2018**
Belletristik	31,5	31,9	31,5	20,4	21,0	21,0	68,4	68,2	67,3	39,6	40,3	44,4
Kinder- und Jugendbücher	16,5	16,3	16,6	17,2	17,1	17,8	9,9	9,9	9,7	44,0	43,9	39,3
Reise	5,7	5,9	5,7	6,9	7,1	6,8	2,4	2,4	2,5	0,4	0,4	0,4
Ratgeber	14,5	14,3	14,0	16,9	16,6	16,2	7,4	7,4	7,3	6,0	6,1	6,5
Geisteswissenschaften, Kunst, Musik	4,8	4,6	4,4	5,8	5,5	5,2	1,6	1,6	1,6	3,8	3,6	3,5
Naturwissenschaften, Medizin, Informatik, Technik	3,8	3,8	3,6	4,9	4,9	4,6	0,3	0,3	0,3	0,2	0,2	0,2
Sozialwissenschaften, Recht, Wirtschaft	2,5	2,5	2,6	2,9	2,9	3,0	1,7	1,7	1,7	0,3	0,2	0,2
Schule und Lernen	10,9	10,9	11,0	14,3	14,2	14,1	0,8	0,8	1,0	2,7	2,5	2,1
Sachbuch	9,8	9,9	10,6	10,8	10,7	11,4	7,5	7,8	8,6	3,0	2,9	3,5
Insgesamt	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

* Sortimentsbuchhandel, Bahnhofsbuchhandel, Kauf- und Warenhaus, Elektro- und Drogeriemarkt (jeweils Barumsatz) sowie E-Commerce

** Im Jahr 2018 sind die Abverkaufsdaten der Media Saturn Holding nicht mehr enthalten. Daher ist ein Vergleich mit den Jahren zuvor nur eingeschränkt möglich. Diese Abverkäufe umfassten jedoch nahezu ausschließlich Hörbücher.

Quelle: Media Control