

Wintersemester 2003/2004

Die österreichische Verlagslandschaft der Gegenwart

Einführung

In diesem Seminar geht es um die österreichische Verlagslandschaft der Gegenwart, wobei wir uns keineswegs ausschließlich mit Verlagen beschäftigen werden. Zum Schluss meines letzten Seminars habe ich die Kolleginnen und Kollegen gefragt, welches Thema auf dem Gebiet der Buchhandels- und Verlagsgeschichte sie am meisten interessieren würde, und die Antwort der Mehrheit war: Die gegenwärtige Verlagslandschaft in Österreich. Bevor ich mit meiner Einführung beginne, ein Hinweis, dass das Seminar nicht als Aus- oder Weiterbildungskurs für Buchhändler ausgelegt ist. Dazu gibt es berufene Institutionen wie die Akademie des österreichischen Buchhandels wie auch Fortbildungsveranstaltungen des Hauptverbands des österreichischen Buchhandels – das ist die Landesvertretung des heimischen Buchhandels in der Grünangergasse im 1. Bezirk. Die Frage der Ausbildung erwähne ich deshalb, weil auch sie Gegenstand der in deutschen Fachzeitschriften in den letzten paar Jahren geführten endlosen Klagen über die Misere im Buchhandel, über die Anführungszeichen „Buchkrise“ gewesen ist. „Branchenkrise schlägt auf Ausbildung durch“ titelte die Zeitschrift *buchreport.express* im vergangenen April. Die Zahl der Ausbildungsplätze im Buchhandel sei rückläufig und auch die Weiterbildung stocke. „Die Gründe dafür liegen auf der Hand: Buchhändler scheuen sich in der augenblicklichen wirtschaftlichen Situation in die Ausbildung zu investieren und/oder sind nicht bereit, Mitarbeiter für Fortbildungsmaßnahmen freizustellen.“¹

¹ *buchreport.express*, Nr. 16, 17.4.2003, S. 1.

Was mir mit dem Seminar vorschwebt, ist eine Auseinandersetzung mit Themen und Entwicklungen, die den österreichischen Buchhandel in den letzten fünf bis zehn Jahren bewegt haben. Aus dem Stegreif fallen mir in keiner besonderen Reihenfolge mehrere Stichworte ein, auf die ich z.T. dann näher eingehen möchte:

- Der Online Buchhandel (und die Auswirkungen auf den so genannten ‚stationären‘ Buchhandel) und die wichtigsten Anbieter. Manche Experten sagen, dass der Online Buchhandel in Zukunft nicht mehr als 10 Prozent des Buchkaufs ausmachen wird.
- Die Entwicklung des Buchmarkts: die Fachzeitschriften sind, wie vorhin erwähnt, voll mit Kommentaren und Berichten über die gegenwärtige bzw. andauernde ‚Buchkrise‘. Zur Beruhigung: solche „Krisen“ hat es immer wieder gegeben.
- Der fortschreitende Konzentrationsprozess (vor allem im deutschen Buchhandel), der aber auch in Österreich stattfindet. Siehe die Fusion Morawa & Styria (von der unser Gast im November, KR Schantlin Näheres erzählen wird), die Fusion Österreichischer Bundesverlag und Hölder-Pichler-Tempsky und neuerdings, wovon später die Rede sein wird, die Übernahme des ÖBV durch die deutsche Klett-Gruppe im Rahmen der Privatisierung staatlicher Betriebe in Österreich. Die Schlagzeile einer Fachzeitschrift im vergangenen November lautete: „Verlagsverkäufe wie im Supermarkt“.²
- Die Ladenpreisbindung (d.h. die Aufhebung des festen Ladenpreises, eines Systems, das im zwischenstaatlichen Handel zwischen Österreich und Deutschland mehr als 100 Jahre lang in Kraft war, und die Einführung von nationalen Preissystemen in Deutschland und Österreich
- die Euro-Umstellung (darüber wird unser Gast KR Schantlin einiges erzählen), mit der auch der Buchhandel konfrontiert war.

² Buchreport.express 45, 7. November 2002, S. 1.

- Der Aufstieg und Niedergang des Libro-Konzerns sowie die Rolle von Libro in der Strukturbereinigung am österreichischen Markt. Mit diesem Thema werden wir uns gesondert befassen.
- Und damit verbunden die so genannte „Filialisierung“ des Buchhandels, die mit dem Trend zu immer größeren Verkaufsflächen – mit über 1000 Quadratmetern und mehr – einhergeht
- Der Abwärtstrend der Buchgemeinschaften und –clubs als Vertriebsform des Buches.

Das sind nur einige – wie ich meine – wichtige Stichworte für eine Beschäftigung mit der Buchbranche der Gegenwart. Dazu gehören eine Reihe anderer Entwicklungen, mit denen wir uns in diesem Semester nicht konkret befassen werden: so etwa die Urheberrechtsreform (in Deutschland) und damit verbunden dem Problem mit der weit verbreiteten Piraterie, mmit Books on Demand, mit Digital Publishing, dem Online Buchhandel, dem System der Verlagsförderung usw. usf.

Die Buchbranche

Jedes Jahr im März bzw. April veröffentlicht die deutsche Fachzeitschrift *buch-report* sowohl die TOP 100 *Buchhandlungen* als auch die TOP 100 *Verlage* im deutschsprachigen Raum. (Die Ergebnisse sind auch auf der Homepage der Zeitschrift abzufragen, wobei als Maßstab der Umsatz gilt. Bei den Verlagen steht an erster Stelle das Konglomerat BertelsmannSpringer S + B Media in Berlin. Der Umsatz beträgt € 542 Millionen. An zweiter Stelle rangiert die auf Schulbücher spezialisierte Klett-Gruppe in Stuttgart (die den ÖBV aufgekauft hat). Das (umsatzmäßig) größte österreichische Unternehmen (= mit Sitz in Österreich!) in dieser Aufstellung ist (unverändert) der ÖBV auf Platz 58. Unter den Top 100 Verlagen gibt es nurmehr *zwei* österreichische Firmen, nämlich Ueberreuter (Platz 83) – vgl. 1996: 63; 1997: 65 – und Styria (Platz 100). Was die Buchhandlungen betrifft, geht folgendes aus der Aufstellung hervor: Weit abgeschlagen an erster Stelle liegt der deutsche Konzern „Thalia Holding“.

Dazu gehört das Unternehmen „Thalia Österreich“, das die Amadeus-Filialen aus der Libro-Konkursmasse kaufte. Es sind immerhin acht österreichische Unternehmen unter den größten 100. Das größte österreichische Buchhandelsunternehmen ist Morawa & Styria auf Platz 14 (unverändert gegenüber 2002).

Nun zu den Größenordnungen am österreichischen Markt.

Die verfügbaren Statistiken zeigen, dass sie a) nicht immer mit einander vergleichbar sind und b) die alleraktuellsten nicht immer zur Verfügung stehen. Eine unserer ausführlichsten Informationsquellen zur Zeit ist die große Studie *Buchverlage in Österreich* von Panzer und Scheipl, die im Jahre 2001 veröffentlicht wurde³. Daraus können wir die durchaus reizvolle Statistik entnehmen, dass in Österreich alle 14 Tage ein neuer Verlag gegründet wird. Ein Nachschlagewerk, das für die ungeheure Vielfalt des literarischen Schaffens bzw. die Beschäftigung mit Literatur Zeugnis ablegt, ist die fünfte (und neueste) Auflage des Handbuchs „Literarisches Leben in Österreich“⁴, das im Jahre 2001 von der IG Autorinnen/Autoren herausgegeben wurde. Das Handbuch listet u.a. auf: 221 Verlage, 87 Verlagsauslieferungen, 65 Literaturzeitschriften und 281 Kulturzeitschriften, 131 literarische Organisationen und Institutionen und vieles andere mehr. Eine weitere interessante Zahl: das Handbuch verzeichnet die Namen von 3.902 Autoren und Autorinnen.

Wie viele „Buchhandlungen“ gibt es in Österreich? Zunächst eine offizielle Zahl von Ende 1997: es wurden in rund 1700 österreichischen Handelsbetrieben Bücher verkauft. Rund 800 davon waren Buchhandlungen im engeren Sinn, die etwa drei Viertel des gesamten Buchumsatzes erwirtschafteten. Von den ca. 800 Buchgeschäften waren 321 „filialisiert“, 280 der Gesamtzahl be-

³ Panzer, Fritz/Elfriede Scheipl: *Buchverlage in Österreich. Marktteilnehmer – Buchproduktion – Umfeldbedingungen*. Wien: Buchverlags Ges.m.b.H. 2001.

⁴ LITERARISCHES LEBEN IN ÖSTERREICH“, Handbuch Nr. 5, Sept. 2001. Hrsg.: Gerhard Ruiss, Chef-Red.: Ulrike Stecher. Wien: Verlag "Autorensolidarität" der IG Autorinnen Autoren. (ISBN: 3-900419-29-9)

fanden sich in Wien.⁵ Das ist natürlich nur eine Momentaufnahme. Es hat sich allerdings in den letzten sechs Jahren viel geändert, wobei die Unterschiedlichkeit der Quellen es nicht einfach macht, Vergleiche zu ziehen.

Es fehlt noch die Zahl der Buchhandlungen. Es gibt in Österreich an die 1200. Laut einer offiziellen Statistik verfügten im Jahre 2000 nur 12 Prozent über einen Internetanschluss.⁶ Genauere Zahlen finden Sie bei Panzer und Scheipl.

Buchproduktion in Österreich.

Und wie sieht es mit der Buchproduktion aus? Nach der offiziellen Statistik des Börsenvereins des Deutschen Buchhandels erschienen 2001 knapp unter 90.000 neue Titel auf dem deutschen Markt. Um ein Drittel mehr als vor zehn Jahren. Zirka drei Viertel davon waren Neuerscheinungen, also Erstauflagen, der Rest Neuauflagen. Die gewaltige Zahl bietet gleich eine Erklärung für ein interessantes Phänomen auf dem Buchmarkt, nämlich die immer kürzer werdende „Lebenszeit“ dieser Bücher – gekoppelt mit der üblichen Frage: wer soll das denn alles lesen? Die Verweildauer oder der Lebenszyklus – je nachdem, wie man das nennen möchte – wird zunehmend kürzer. Fazit: ein Teufelskreis. Die Verlage erhöhen ständig die Zahl ihrer Neuerscheinungen von Jahr zu Jahr. Eine Ausnahme bildet der in Wien ansässige Ueberreuter Verlag, der Österreichs größter privatwirtschaftlicher Publikumsverlag ist. In einem Interview von Ende August in der Tageszeitung *Die Presse* sagt Geschäftsführer Fritz Panzer, dass der Verlag die Zahl der Neuerscheinungen zurückgefahren hat. Er nennt ein wesentliches Problem auf dem deutschen Markt, nämlich: die Überproduktion.⁷ Das Buch wird daher auch schnell verramscht: Die Gewinner sind oft das Moderne Antiquariat und natürlich wir als Buchkäufer.

⁵ Der Buchhandel in Österreich 1996. Arge Nielsen-Regioplan. In: Der Buchhandel in Österreich, Buchreport Nr. 49, 3. Dezember 1997, S. 12-14; Hier S. 12.

⁶ APA0376 vom 17.3.2000. Aussendung des Bundesgremiums für Buch- und Medienwirtschaft der WKÖ.

⁷ Barbara Petsch: Panzer: Cash Cow Fantasy auf dürrer Weide. In: Die Presse, 26.8.2003.

Für Österreich habe ich lediglich die Produktionszahlen für das Jahr 2000. (Die Zahlen für 2002 werden verspätet, das heißt erst in der Dezember-Nummer des *Anzeigers* publiziert.) Im Jahr 2000 wurden 8549 Neuerscheinungen publiziert. Gegenüber 1999 stieg die Zahl der Neuerscheinungen, die über den Buchhandel vertrieben werden, um 606 auf 4061 Titel. Sie machten rund 51 Prozent der gesamten Buchproduktion aus. Dass die Buchgemeinschaften, trotz ihres Abwärtstrends und trotz der Konkurrenz mit den Online-Anbietern, ein wesentlicher Produktionsfaktor sind, geht aus dieser Statistik hervor. Immerhin haben die Buchgemeinschaften in Österreich im Jahr 2000 ihren Mitgliedern 627 neue Titel angeboten. Wie nicht anders zu erwarten wäre, macht die sog. Schöne Literatur den größten Anteil unter den einzelnen Buchsparten aus. Obwohl viele Menschen dazu neigen, die Nase zu rümpfen, wenn von Buchclubs die Rede ist, so kann doch jemand der sich für das Thema Literaturvermittlung interessiert, an der Frage der Buchgemeinschaften nicht vorbeigehen.

Online-Buchhandel und amazon.com

In unserer schnelllebigen Zeit kommen technologische Entwicklungen mit einer solchen Geschwindigkeit daher, dass wir manchmal vergessen, dass zum Beispiel das Trägermedium CD-ROM zwar jung an Jahren, aber technologisch alt ist. (Und auch dass Disketten kaum mehr Verwendung finden.) amazon.com wurde von Jeff Booz im Jahre 1995 in Seattle in den USA gegründet. Amazon.com ist – in knapp 8 Jahren – der weltweit größte Online-Einzelhändler und längst zu einem „Gemischtwarenladen“ geworden. Amazon betreibt inzwischen fünf nationale Websites (Stand September 2002), darunter Deutschland/Österreich, und verkauft viel mehr als bloß neue Bücher – zum lebhaften Bedauern mancher Schriftstellerverbände und Verleger. Amazon betreibt nämlich eine Plattform mit dem Namen *Marketplace*, auf der ‚gebrauchte Produkte‘, sprich: gebrauchte Bücher oder Bücher aus zweiter Hand, verkauft werden. Dagegen haben sich nicht nur die Authors Guild in den USA, sondern auch die IG AutorInnen in Österreich ausgesprochen. Aber kurz zu-

rück zum Online Buchhandel. Amazon ist mit Abstand der wichtigste und größte reine Onlinebuchhändler. Manche Wettbewerbsteilnehmer haben in den vergangenen Jahren nach erheblichen Investitionen und großen Verlusten das Handtuch geworfen. (Beispiele; übrig bleibt buch.de). Eine interessante Entwicklung ist die Tatsache, dass z.B. auch amazon.com dazu übergegangen ist, eine Versandgebühr einzuheben. Was aber amazon als Platzhirsch mit anderen Anbietern auszeichnet, ist die Tatsache, dass er nach wie vor rote Zahlen schreibt.

Entwicklung und Struktur des Buchmarkts

Eine Aufgabe in unserem Seminar wird es sein, die Frage der Marktstruktur zu behandeln. Zur Marktstruktur in Österreich schreibt der Kulturpublizist Rüdiger Wischenbart in einem z.T. boshaften Kommentar: „So, zwischen staatlicher Kulturfürsorge und geradezu frühkapitalistischem Gemaule, scheint der österreichische Buchmarkt tatsächlich schlecht ins westeuropäische Gepräge von Verlagen und Kulturindustrien zu passen.“⁸ Man könnte sagen, der Markt ist geprägt von wenigen mittelgroßen und zahllosen Klein- und Kleinstverlagen. Bis vor wenigen Jahren war die Besitzerstruktur in der Tat ungewöhnlich.

Wenn man eine Bestandsaufnahme des österreichischen Buchhandels, in diesem Fall die Eigentümerstruktur bei Verlagen, im Jahre 1997 durchgeführt von Fritz Panzer, anschaut, liest man: „Die Verlagsszenerie in Österreich ist stark durchsetzt von kirchlichen, institutionellen und gelegentlich direkten staatlichen Einflüssen – mit allmählich abnehmender Tendenz. Der umsatzstärkste Buchverlag, der oben erwähnte ÖBV (= Österreichischer Bundesverlag) mit seinen Tochterunternehmen, gehört dem Staat, etliche andere Verlage gehörten Parteien oder halböffentlichen Institutionen. Die aktivste Institution im österreichischen Buchhandel ist aber die katholische Kirche: Sie besitzt in fast allen Bundesländern ökonomisch bedeutende Firmen, die neben Buchhandlungen,

⁸ Keine Besonderheiten, aber viel Eigenart. Österreichische Verlage nach Libro und Nationalkultur. In: Buchmarkt, März 2002, S. 56-61; hier S. 56.

Druckereien, Lokalzeitungen, Tageszeitungen und Zeitschriften meistens auch Buchverlage betreiben.“ Ähnliches liest man in der großen Marktstudie von Panzer und Scheipl, die 2001 erschienen ist. Seit dem Erscheinen dieses Buches hat sich einiges getan, so dass man fast sagen kann, dass solche Analysen lediglich den Status quo von damals wiedergeben: Durch den Niedergang und die Insolvenz der LIBRO AG und durch die Fusion zwischen Mohr-Morawa in Wien und der Styria Medien AG haben sich die Karten auf dem Gebiet der Filialisierung in Österreich neu gemischt. Morawa war seinerzeit hinter Libro die Nummer 2, jetzt ist Morawa & Styria die Nummer 1.

Rüdiger Wischenbart kommt zu einem ähnlichen Schluss wie Fritz Panzer: „Blickt man zurück auf die vergangenen drei, vier Jahrzehnte, so fand die österreichische Verlagslandschaft ihre kulturelle und damit inhaltliche Orientierung aus zwei Perspektiven, die beide weniger auf einen Markt denn auf ein kulturpolitisches Umfeld ausgerichtet waren. Einerseits waren nahezu alle größeren Verlagshäuser bis in die neunziger Jahre hinein von großen Gesellschaften Institutionen, also von Kirchen, Gewerkschaften, den Ländern und dem Staat getragen. Der Bundesverlag ist da nur eines der letzten Relikte aus dieser Ära. Zum anderen galten Verlage seit den sechziger Jahren als wichtige kulturelle Tragsäulen einer jungen österreichischen Nationalidentität.“ (ebda., S. 57) Obwohl erst 1½ Jahre alt, müssen wir im Lichte der jüngsten Ereignisse natürlich auch diese Aussage revidieren. Die österreichische Verlagslandschaft zeichnet sich, so Wischenbart, durch „thematische wie regionale Vielfalt“ sowie durch die „Kleinteiligkeit der Landschaften und Akteure“ aus. Was Verlagsprogramme betrifft, so macht Wischenbart zwei Ausrichtungen oder Entwicklungen fest, die noch gelten dürften: Zum einen haben einige unter den lokalen Marktführern (so etwa der Picus Verlag) sowie unter den ambitionierten Kleinverlagen stärker denn je begonnen, sich Zugänge zum deutschen Markt zu erschließen. „Die anderen scheinen sich entschlossener denn je auf die schmale österreichische Nische zu beschränken, in dem sie sich, vertrieblich wie in ihren Themen abkoppeln, vom weiteren Geschehen.“ Er zitiert das Motto des vor ein paar Jahren neu gegründeten Molden Verlags: „In diesem Verlag ist Österreich.“ Nicht zu vergessen: seit 1993 gibt es den „Ver-

lag Österreich“, der sich ‚Vormals Verlag der k.u.k. Hof- und Staatsdruckerey‘ nennt. Das Programm ist betont österreichisch.

Die heimischen Verlage sind nicht nur unterschiedlich, was die Programmausrichtung betrifft, sie sind gleichzeitig unterschiedlich abhängig vom großen deutschen Buchmarkt. (In der Zwischenkriegszeit haben manche Verlage angegeben, an die 75-80 Prozent ihrer Produktion nach Deutschland zu verkaufen.) Der Chef des Picus Verlags, der den deutschen Markt verstärkt anpeilt, meint, er würde um die 80 Prozent des Jahresumsatzes in Deutschland Erlösen.

Österreichischer Bundesverlag:

Auch bei Österreichs bislang umsatzstärktem Buchverlag, dem ÖBV, hat es gewaltige Veränderungen gegeben. Die neueste Entwicklung ist im Licht der Privatisierungsbemühungen der derzeitigen Bundesregierung zu sehen. Sie ist ein wesentlicher Einschnitt, sowohl was die österreichische Verlagsgeschichte als auch was die eigene Firmengeschichte betrifft.

Die Vorgeschichte: Schon 1998 kam es zu großen Bewegungen, sprich: zur Verlagskonzentration im Schulbuchbereich in Österreich. Das wichtigste Ereignis war die Fusion des (damals noch) staatlichen Österreichischen Bundesverlags (ÖBV) mit dem Privatverlag Hölder-Pichler-Tempsky (hpt). Heute nennt sich die Firma öbv&hpt Verlagsgesellschaft mbH & Co.KG. Die Fusion bezog sich nur auf den Schulbuchbereich.

Die Privatisierung sprich Verkauf der Bundesanteile am Österreichischen Bundesverlag, dessen Geschichte auf die Gründung des Schulbücherverlags im Jahre 1772 durch Kaiserin Maria Theresia zurückverfolgen lässt, wurde im November 2000 von der ersten schwarz-blauen Regierung angekündigt. Obwohl man aus wirtschaftlichen Gründen den Verkauf des vielzitierten „Familiensilbers“ und aus kulturellen Gründen den Verlust einer altherwürdigen österreichischen Institution beklagen kann, so muss man trotzdem darauf hinwei-

sen, dass die Bundesregierung damit einer Regelung der EU Kommission, die auf diesen Schritt drängte, gefolgt ist. (Siehe Bundesimmobilien und anderes mehr.) Im Juni 2001 hat die Koalition einen Gesetzesentwurf vorgelegt, der den Finanzminister ermächtigte, den ÖBV zu privatisieren und die drei Publikumsverlage des ÖBV (also die 100%igen Tochtergesellschaften Residenz, Deuticke und Brandstätter) aus der ÖBV-Holding herauszulösen und mit dem bestmöglichen Ergebnis zu verkaufen. Zu der mancherorts befürchteten „Filetierung“, also zu einem gesonderten Verkauf, ist es nicht gekommen – was auch nicht heißt, dass die Zukunft der drei Verlage für immer gesichert ist. In den Medien geisterten sehr bald die Namen diverser potentieller Abnehmer herum. Im Juli passierte die Materie den parlamentarischen Finanzausschuss. Es kam dann zu einer Ausschreibung durch das Finanzministerium. Gesucht wurde eine Beraterfirma, die den Verkauf des ÖBV vorbereiten sollte. Die Wirtschaftsprüfungs- und Steuerberatungsgesellschaft KPMG bekam den Zuschlag. In der Sitzung des Ministerrats am 9. April 2002 hat die Bundesregierung dem vorgelegten Konzept zugestimmt. Diese Beratertätigkeit kostete allerdings nicht, wie im Februar 2002 im *Standard*, im *Börsenblatt* und anderswo kolportiert wurde, mickrige € 140.000 (= 1,9 Millionen Schilling), sondern, wie das Finanzministerium Ende Juni in einer Charmeoﬀensive-Presseaussendung mitteilte: stolze € 788.000, also einiges mehr als das 5-fache. „Peanuts“, so das Ministerium sinngemäß, wenn man einen Verkaufserlös von 24 Millionen Euro erzielt.⁹ Das Finanzministerium war bemüht, überzeugende Argumente für die hohen Kosten zu finden. Ob, wie es heißt, die Spezialisten „ein Vielfaches ihrer Kosten“ wieder hereingespielt haben, mag dahin gestellt bleiben. Es hat auch niemand richtig interessiert. Knapp vor Weihnachten, am 20. Dezember 2002, wurde der Verkauf der Bundesanteile am ÖBV vom Ministerrat beschlossen. (Dass das Schicksal des Bundesverlags für die Minister nicht die allerwichtigste Sache war, lässt sich daran erkennen, dass von den 14 an diesem Tag vorgetragenen Berichten der über den Bundesverlag an 14. und letzter Stelle war.

⁹ APA-Meldung, 0722 vom 26.6.2002.

Der Deal: das deutsche Verlagshaus Klett (übrigens als Bestbieter unter den drei Interessenten) übernimmt die Anteile des Bundes zu einem Kaufpreis von 24 Millionen Euro und sichert zu, dass der bestehende Schulbuch- und Kulturauftrag bis Ende 2007 erfüllt wird und „auch nach Ablauf dieser Periode ‚spezifisch österreichischen Interessen in Hinblick auf den Schulbuch- und Kulturauftrag möglichst entsprochen wird“.¹⁰ Die Klett-Gruppe gab eine besondere Zusicherung, nämlich die Publikumsverlage bis Ende 2007 „so weiterzuführen, dass eine Mindestzahl österreichischer Titel publiziert und die im Verlag bereits erschienenen österreichischen Titel gepflegt und erhalten werden, einen geeigneten Zugang zum deutschen Sprachraum sichergestellt wird, der Standort Österreich unter Beibehaltung einer verlagsspezifischen Mindestinfrastruktur beibehalten wird sowie die österreichischen Autorenrechte bei den österreichischen Publikumsverlagen verbleiben werden.“ So die Presseaussendung des Finanzministeriums. Zurück zum Verkaufserlös: Der langjährige, gegangene ÖBV-Geschäftsführer Robert Sedlaczek meinte, ein höherer Verkaufspreis wäre „nur dann zu erzielen gewesen, wenn man auf den Kulturauftrag verzichtet hätte oder mit dem Verkauf noch mehrere Jahre zugewartet hätte“.¹¹ Politischen Widerstand zum Verkauf gab es sowohl vor als auch nach dem Vertragsabschluss. Er kam in erster Linie von der Kultursprecherin der SPÖ, Christine Muttonen, die – ein wenig blauäugig – insbesondere „das Fehlen einer öffentlich geführten Diskussion“ kritisierte. Wohl in Erwartung, dass die vorgezogene Neuwahl im November 2002 zugunsten der SPÖ ausgehen würde, verlangte man einen sofortigen Stopp der Veräußerung. Das Argument: die Branchenkrise würde dagegen sprechen. Nach Verkaufsabschluss hieß es vonseiten der SPÖ, da wäre „österreichisches Familiensilber gedankenlos verschleudert“ worden. Gerhard Ruiss von der IG Autorinnen sprach, unter den wirtschaftlichen Umständen von einem „Notverkauf“, vom „Verlust des Rückgrats einer spezifisch österreichischen Produktion“. Zum Schluss ein Blick auf die Transaktion aus der Perspektive des Käufers, der Klett-Gruppe. Das *Börsenblatt* führte vor wenigen Monaten ein Interview mit Michael Klett,

¹⁰ OTS-Meldung, OTS0062 vom 20.12.2002. (Presseaussendung des BMF)

¹¹ APA-Meldung 0116 vom 20.12.2002.

dem Chef des Stuttgarter Unternehmens. Ich möchte ein paar Passagen zitieren:

Es ist kein Geheimnis, dass Sie vor allem am Kauf des Schulbuchverlags öbv&hpt interessiert waren, nicht jedoch an den Publikumsverlagen ...

Klett: Das ist richtig. Diese Verlage sind hochdefizitär. Somit besteht auch die größte Herausforderung darin, eine Antwort auf die Frage zu finden: Wie lassen sich diese Verlage so ausrichten, dass sie zumindest eine schwarze Null schreiben und zugleich verlegerische Ausstrahlung haben.

Wollen Sie die Publikumsverlage so rasch wie möglich weiterverkaufen?

Klett: An oberster Stelle steht die Erfüllung des Kulturauftrags. Aus heutiger Sicht ist im Sinne der besten Lösung alles offen.¹²

Wir wissen aus den Zeitungen, dass zum Beispiel das Kunsthistorische Museum in Wien sich für den Brandstätter Verlag und ein größerer deutscher Verlag für Residenz interessiert. So viel zum Fall Österreichischer Bundesverlag, der auch ein Beispiel für den nächsten Punkt liefert.

Konzentrationsprozess

Wie schon angedeutet, dauert der Konzentrationsprozess im deutschen Buchhandel noch an. Dass dabei das Gesicht mancher Publikumsverlage verloren geht, wissen wir aus vielen Beispielen. Und dass manche Verlage zuerst geschluckt werden und dann überhaupt verschwinden.

Obwohl immer wieder bestehende mittelgroße Verlage von großen Konzernen wie Random House, Bertelsmann oder Springer geschluckt werden, gibt es interessanterweise auch eine gegenteilige Entwicklung. Das heißt, es kommt sogar vor, dass einmal geschluckte Firmen zurückgekauft werden. Es hat in diesem Jahr mindestens zwei solche Beispiele gegeben. 1998 hat Random House die Mehrheit an dem vom deutschen Verleger Arnulf Conradi gegrün-

¹² Börsenblatt, 18-2003, S. 14-16; hier S. 14.

deten Berlin Verlag übernommen. Im März dieses Jahres wurde der Verlag von Random House zurückgekauft. (Einen Monat später wurde bekannt, dass das Londoner Harry-Potter-Verlagshaus Bloomsbury beim Berlin Verlag einsteigt.)

In Österreich hat sich – außer Libro – einiges getan. Die Innenstadtbuchhandlungen Gerold (am Graben) – Anfang 2002 – und Heidrich sind verschwunden. Ende des vergangenen Jahres verließ der Buchverlag Styria (der zur Styria Medien AG gehört und der die Sparte Belletristik aufgab) Graz und wurde mit dem Wiener Pichler Verlag fusioniert. Nur wenige Styria-Titel wurden zum Pichler Verlag mitgenommen. Das Ziel der Fusion: „die Etablierung eines schlagkräftigen österreichischen Verlagsunternehmens“.¹³ Im Hintergrund standen die erheblichen Verluste des Buchverlags.¹⁴

Eine letzte Entwicklung: zur gleichen Zeit wurde der Buchverlag Kremayr & Scheriau „rein österreichisch“. Der Verlag Kremayr & Scheriau wurde 1951 in Wien gegründet und ging 1966 mehrheitlich in den Besitz des deutschen Medienriesen Bertelsmann über. Der von Rudolf Kremayr und Wilhelm Scheriau gegründete Verlag versorgte lange Zeit die „Buchgemeinschaft Donauland“ (nach wie vor eine Bertelsmann-Tochter) mit österreichischen Werken und Sachbüchern. Im November 2002 hat der bisherige 25-Prozent-Eigentümer Martin Scheriau, der Sohn des Gründers, von Bertelsmann die Anteile an K&S zurückgekauft. Scheriau begründete die Kaufentscheidung so: „Die Qualitäten des spezifisch österreichischen Verlages kamen im Bertelsmann-Konzern nicht mehr entsprechend zum Tragen (...).“ Die Trennungsschmerzen bei Bertelsmann dürften sich in Grenzen gehalten haben.

Ladenpreisbindung (d.h. die Aufhebung des festen Ladenpreises)

¹³ APA-Meldung APA0274 vom 21. November 2002.

¹⁴ Wortlaut der neuen Firma: Styria Pichler Verlag GmbH & Co KG. Betriebsstandort: Lobkowitzplatz.

Seit Mitte der 90er Jahre hat ein besonderes Thema den Buchhandel in Deutschland, Österreich und der Schweiz intensiv beschäftigt, nämlich der fixe Ladenpreis. Seit den so genannten Krönerschen Reformen der späten 80er Jahre des 19. Jahrhunderts gab es eine Vereinbarung, nach der die Verleger den Ladenpreis festgesetzt haben, und an den sich die Buchhändler zu halten hatten. (Der Hintergrund: die so genannte Preisschleuderei bei Büchern im 19. Jahrhundert.) Praktisch bedeutete das, dass ich ein Buch zum gleichen Preis in der Wiener Innenstadt oder in einem Megastore kaufen konnte/kann wie bei einem kleinen Buchhändler am Lande. Vor nicht allzu langer Zeit hat es in Österreich für Milchprodukte auch nur einen Preis gegeben. Der Wettbewerb bei Büchern fand somit nicht über den Preis statt (außer bei aufgehobenem Ladenpreis oder bei Lizenzausgaben der Buchklubs). So durfte eine Buchhandlung ein Buch nicht billiger anbieten dürfen, als die nächste. Im Zuge der fortschreitenden Marktöffnung innerhalb der EU – Österreich wurde ja 1995 Mitglied – trat jemand auf den Plan, der meinte, der feste Ladenpreis sei „Wettbewerbsverzerrung“. Innerhalb weniger Jahre, so meinte er, würde der durchschnittliche Buchpreis mit der Aufhebung des fixen Ladenpreises um 15 bis 20 Prozent fallen. Man darf davon ausgehen, dass ein solcher Schritt gut für's Geschäft wäre. Wenn er nur tun dürfte, was er tun wollte. Der Mann, der die ewig lange Debatte ins Rollen gebracht hat, heißt André Rettberg, Ex-Manager des Libro-Konzerns. Ich kann die ganze Diskussion nicht in allen Details hier schildern. Rettberg wollte den freien Wettbewerb im Buchhandel einführen, die Buchbranche wollte die Ladenpreisbindung mit Zähnen und Klauen verteidigen. Von den Gegnern wurden sehr viele kulturpolitische Argumente ins Treffen geführt: die Aufhebung würde sich zu Lasten vor allem kleinerer Verlage auswirken; manche Verlagswerke würden vielleicht billiger, aber auf Kosten der Vielfalt der Produktion; es wäre schwieriger, Bücher für einen kleinen Abnehmerkreis zu produzieren usw. usw. Der Buchhändler könnte es sich nur mehr leisten, gut gehende Bücher auf Lager zu halten. Die Vielfalt der Verlagslandschaften würde darunter leiden. Ende gut, alles gut? Die Lösung war die Schaffung von zwei Preisbindungssystemen in Deutschland und Österreich. Salopp formuliert: keine Seite tut etwas, um das Geschäft des anderen

zu schädigen. Dazu gibt es gewisse Vereinbarungen. Das Gesetz in Deutschland trat am 1. Oktober 2002 in Kraft. André Rettberg mit seinem Libro-Konzern machte sich im deutschen Verlagsgeschäft noch unbeliebter, als er begann, im Internet Bücher mit 20% Rabatt zu verkaufen. Die deutschen Verleger beschwerten sich bei der EU-Kommission, Rettberg/Libro AG wurde boykottiert und kehrte zum normalen Ladenpreis zurück.

Diese ganze Diskussion wurde übrigens auch im Laufe des 19. Jahrhunderts in Großbritannien geführt, wo es seit dem Jahre 1900 das sog. Net Book Agreement gab. Das NBA wurde dort 1995 aufgehoben. Durch den Druck der großen Ketten, könnte man vereinfachend sagen. Dazu ein amüsantes Beispiel aus der jüngsten Vergangenheit. „Potter lässt die Preise purzeln“ lautet die Schlagzeile eines Berichts im buchreport.express im März dieses Jahres. Die Geschichte: der deutsche Harry Potter-Verlag (Carlsen in Hamburg) trat zum Kampf gegen amazon.de an. Carlsen sah im Angebot der Originalausgabe (i.e. englisch) des fünften Harry Potter-Romans eine Irreführung der Verbraucher, durch die sich Amazon Wettbewerbsvorteile verschaffen wollte. Die fehlende Preisbindung für englische Bücher machte es möglich: sechs deutsche Online-Anbieter und sechs verschiedene Preise. Der englische Verlag empfahl 24,70 Euro, LG Buch verlangte 16,75 Euro, Amazon 16,80 und der teuerste (buch.de) 27,50. Am billigsten war der Bertelsmann Club mit 16,45, obwohl außer Konkurrenz, weil die Mitgliedschaft Voraussetzung für den Preisvorteil ist.¹⁵

Libro AG

Es ist gerade von André Rettberg und der Libro AG die Rede gewesen. Da Libro Thema eines Referats sein wird, beschränke ich mich auf ein paar Bemerkungen. Zur Geschichte des Libro-Konzerns gibt es seit einigen Monaten das kritische Werk *Der Fall Libro* des Wirtschaftsjournalisten Paul Christian Jezek, erschienen im Verlag ORAC. Libro soll, nach Coca-Cola und McDonalds die drittbekannteste Marke in Österreich sein. Hier einige der markanten

¹⁵ Buchreport.express, Nr. 11, 13. März 2003, S. 14.

Punkte in der Firmengeschichte nach der Chronologie von Jezek: Die Handelskette wurde im Jahre 1978 von Karl Wlaschek als hundertprozentige Billa-Tochter gegründet. 1984 verfügt Libro über 22 Filialen, 1986 kommen weitere 20 hinzu. 1998 kauft Libro die Buchhandelskette Amadeus vom Oberösterreichischen Landesverlag und startet mit der Deutschland-Expansion. Im Jahre darauf steigt Libro in den boomenden Internetmarkt ein, ein Schritt, der Unsummen verschlingt. Die Firma beginnt, Verluste zu schreiben. „2001: Die wirtschaftliche Lage verschärft sich dramatisch, im Juni 2001 muss Libro den Ausgleich anmelden. Bei einem Umsatz von 407 Millionen Euro liegt der Verlust bei rund 145 Millionen Euro (...). Im September ist die Aktie nur noch einen Euro wert (...).“

„2002: Schon Mitte April 2002 ist Libro nicht zuletzt aufgrund der schwachen Konjunktur erneut in schweren Finanznöten. Die Banken wollen aber keinen Überbrückungskredit mehr gewähren. Da sich kein Investor findet, wird im Juni der Konkurs angemeldet. Mit Passiva von 430 Millionen Euro kommt es zum drittgrößten Insolvenzverfahren in der österreichischen Geschichte (...).“

Mitte November vorigen Jahres erfolgte der Verkauf an die Gruppe um Josef Taus um den Schnäppchenpreis von 5 Millionen Euro. Wie den Medien zu entnehmen war, plant Libro einen Neustart: in den ersten zwölf Monaten (also ab 1. März dieses Jahres) sollen fast 40 Millionen Euro investiert werden. Das Taus-Konsortium hat alle 192 Filialen übernommen. Aus dem Sortiment sind alle elektronischen Angebote hinausgeflogen. Branchenbeobachter gehen davon aus, dass die 1200 Libro-Gläubiger praktisch leer ausgehen werden, ja möglicherweise 1% von ihren Forderungen, bekommen werden.¹⁶

Eine kurze Skizze des Schicksals der Libro AG wäre inkomplett, wenn die Amadeus-Filialen unerwähnt blieben. Im Oktober des Vorjahrs hat der deutsche Lifestyle-Konzern Douglas mit seiner Buchhandelsgruppe Thalia Holding insgesamt 17 Amadeus-Filialen aus der Konkursmasse der Libro AG herausgekauft. Die Läden sollen sukzessiv modernisiert werden.

¹⁶ Zahlen aus Gullivers Reisen. In: buchreport.express, Nr. 50, 12. Dezember 2002, S. 14.

Zum Schluss ein Zitat aus einem Kommentar von Tobias Hierl, dem Chefredakteur der Zeitschrift *Buchkultur* zur ganzen Libro-Misere:

„Libro ist kein typisch österreichischer Fall und der Konkurs sicher nicht die Schuld eines Einzelnen. Vielmehr ist der Fall Libro ein aktuelles Sittenbild einer genuss- und starsüchtige Hochglanzgesellschaft, die gläubig den Worten von ‚Experten‘ lauscht und nach immer höheren Renditen verlangt. Immerhin saß einer der bekanntesten österreichischen Wirtschaftsjournalisten, wie auch ein renommierter Wirtschaftsprofessor im Aufsichtsrat. Viele wollten gerne bei dem rasanten Aufstieg dabei sein.“¹⁷

Epilog:

Seit dem Frühjahr läuft im Zusammenhang mit der Libro-Pleite die gerichtliche Voruntersuchung am Landesgericht Wiener Neustadt gegen den ehemaligen Vorstandsvorsitzenden Rettberg und andere Manager. Gegen Rettberg wird konkret wegen schweren Betrugs, Untreue, grob fahrlässiger Beeinträchtigung von Gläubigerinteressen sowie Verstoßes gegen das Aktiengesetz ermittelt.

Aber jenseits des Wirtschaftskrimis werden uns als Literaturwissenschaftler die Strukturveränderungen, die der Aufstieg und die Expansion des „Filialisten“ Libro in Österreich mitverursacht haben, am meisten zu interessieren haben. Unwissenschaftlich formuliert: zuerst bringt Libro die Kleinen um und geht dann selber ein. Das Zauberwort heißt Marktbereinigung.

Der Niedergang der Buchgemeinschaften als Vertriebsform des Buches.

Fast alle Branchenanalysen der letzten Jahre widmen sich dem offensichtlichen Niedergang der Buchklubs als Vertriebsform. Dass die Buchgemein-

¹⁷ Buchkultur, 87, Juni/Juli 2003, S. 3.

schaften oder –klubs mit dem Rücken zur Wand kämpfen, ist auch an der Statistik der letzten Jahre abzulesen. Nach der offiziellen Statistik des Börsenvereins des Deutschen Buchhandels für das Jahr 2001 ist allein der Umsatz der Buchgemeinschaften seit 1997 kontinuierlich zurückgegangen. Buchklubs machen an die 3.6 Prozent des Umsatzes aus. (Eine Fußnote dazu: EU-weit fand im vergangenen Jahr knapp 11 Prozent des Buchverkaufs in Buchklubs statt. In Buchhandlungen übrigens drei Viertel des Verkaufs.¹⁸) Der Rückgang spiegelt sich auch in der Praxis: So hat der Unternehmensbereich Buchgemeinschaft vom Marktführer Bertelsmann Deutschland im vergangenen Jahr Millionenverluste (Euro!) geschrieben.¹⁹ Die Gründe für das Desaster liegen auf der Hand:

1. Das schlechte Image des Clubs. Interessanterweise sind es die Online-Buchhändler (z.B. Amazon), die Bertelsmann und anderen Klubs zu schaffen machen. Aus einer von Bertelsmann in Auftrag gegebenen Image-Studie zum Thema Versandhandel geht hervor, dass die Kunden der Meinung sind, die Versender Amazon und Weltbild seien eine billigere Einkaufsquelle. Obwohl der Club im Hardcover-Bereich der günstigste Anbieter ist.²⁰ Die Strategie von Bertelsmann: unsere Preise sind die besten. Im Katalog prangen jetzt auf allen Seiten auffällig rote Buttons, die den Clubkäufern die konkrete Ersparnis in Euro-Beträgen vorrechnen. Es sind überdies oft Sätze wie „Bis zu 71% gespart“ zu finden. Mit anderen Worten: man wirbt nicht mit den althergebrachten Vorteilen.²¹

2. Veraltete Läden, langweilige Kataloge und ein unattraktives Programm.

Der Bertelsmann Club hofft 2004 aus den roten Zahlen zu sein. Man hat jetzt eine neue Kampagne lanciert, nämlich das „International Book of the Month“.²²

¹⁸ So publiziert Europa. In: Anzeiger, Jänner 2003, S. 50

¹⁹ Bertelsmann auf Sanierungskurs. Sparen, sparen, Zukunft bauen. In: buchreport.express, Nr. 13, 27. März 2003, S. 8.

²⁰ Börsenblatt, Nr. 14, 2003, S. 7.

²¹ Bertelsmann Club wird neu aufgestellt. Preispurzeln und Stühlerücken. In: buchreport.express, Nr. 14, 3. April 2003, S. 12.

²² Bertelsmann trommelt mit „International Book of the Month“. Internationale gegen das Defizit. In: buchreport.express, Nr. 12, 20. März 2003, S. 15.

Die Buchgemeinschaften – alte Freunde wie die Buchgemeinschaft Donauland, die Buchgemeinschaft „Alpenland“, die Deutsche Buch-Gemeinschaft, die Lesergilde, die „Buchgemeinde“ der KPÖ und wie sie alle hießen – hatten ihre großen Zeiten nach dem Zweiten Weltkrieg, in den 50er und 60er Jahren. Zu diesem Zeitpunkt – also nicht erst im letzten Jahrzehnt mit CDs und dergleichen – gehörten als auch non-books (Platten und Plattenspieler) zum Angebot. Vor allem im ländlichen Gebiet (aber nicht nur dort), in dem die Versorgung mit Buchhandlungen naturgemäß nie sehr stark war – ermöglichten die Buchklubs, oft durch die besuchenden Vertreter, den Menschen direkten Kontakt zu Büchern – also zu mindestens vier neuen Büchern im Jahr. Dies war für Mitglieder oder potentielle Mitglieder von Vorteil, denn sie mussten nicht erst die geographische Distanz zur nächsten Groß- oder Kleinstadt und auch nicht jene Schwellenangst überwinden, die oft mit dem Besuch einer Buchhandlung verbunden war (und heute noch ist). Was den Buchklubs damals zu ihrem Erfolg verhalf, war das noch relativ dürftige mediale Angebot. Heute würde man das Wort „Konkurrenz“ verwenden.

Ein Marktbeobachter in Deutschland bezeichnete die Buchklubs vor ein paar Jahren (1999) als „Idee von gestern“, als „überholte Idee“, als „Idee, deren Zeit abgelaufen“ sei.²³ Wolfgang Stock argumentiert, dass in einer Zeit der zunehmenden Segmentierung des Buchmarkts (d.h. besondere Angebote für bestimmte Marktsegmente): „Ein Buchklub für Millionen kann logischerweise nur ein Programm für Millionen verlegen, also ein Programm für alle und keinen. In diesem Umstand liegt der eigentliche Knackpunkt für die Fragilität der Clubidee: Während sich die moderne Gesellschaft mehr und mehr segmentiert, während mehr und mehr Spezialinformationen verlangt werden und die Allgemeintheemen vom Buch in das Fernsehen wandern, kann ein Buchklub mit Mainstream nur schwer dagegenhalten. Ein Wald- und Wiesen-Programm interessiert halt nur Otto Normalverbraucher – und der verabschiedet sich zunehmend vom Buch.“ Das Mitglied von früher will durch die Abnahmeverpflichtung nicht mehr beeinträchtigt werden. Bereits seit dem Aufkommen der Buch-

²³ Wolfgang Stock: Idee von gestern. Die überholte Idee der Buchclubs. In: BUCHMARKT, August 1999, S. 92.

klubs, wie wir sie heute kennen, war der herkömmliche, heute muss man sagen stationäre oder klassische Buchhandel auf die Buchgemeinschaften und – klubs gar nicht gut zu sprechen. Es gab immer Reibereien und Rivalitäten. Sie waren ein Übel, zwar kein notwendiges, aber zu tolerierendes. Der Wiener Buchhändler Michael Kernstock sagte voriges Jahr in einem Interview: „Auch die wilden, aggressiven Werbemethoden der Buchgemeinschaft Donauland, verbunden mit dem Erscheinen von Lizenzausgaben vor dem Buchhandel, wird nichts an der Situation ändern, dass der Buchhandel diese Konkurrenz nicht zu fürchten braucht.“²⁴ Nur nebenbei bemerkt: Österreich scheint noch eine Hochburg der Buchgemeinschaft Donauland zu sein. Geradezu eine Idylle. „Donauland“, das sich auf seiner Homepage „Österreichs führender Buch- und Medienanbieter“ (www.donauland.at) nennt, wird von der Bertelsmann Buch AG betrieben. Mit ca. 800.000 Mitgliedern bringt sie es auf die weltweit dichteste Durchsetzung der jeweiligen Gesamtbevölkerung. Knapp jeder zehnte Österreicher ist Klubmitglied.²⁵ Zurück zur Aussage Kernstocks: Das war wirklich nicht immer so! Kernstock spricht hier eine Frage an, die in der deutschen Buchhandelsszene für viel böses Blut gesorgt hat: dass ausgesuchte Bestseller zum Beispiel exklusiv im Bertelsmann Club erschienen sind, bevor sie auf dem regulären Markt zu haben waren. In der Fachsprache spricht man von „Parallelausgaben“ oder „Premierentitel“. Konkret entzündete sich die Debatte an den John Grisham-Romanen „Die Farm“ und „Der Richter“, die Bertelsmann früher auf den Markt brachte. Stichwort: „Exklusiv im Club!“ Sie wurden billiger über den Club angeboten, als sie später im Handel kosteten (immerhin 4 Euro billiger!) Bertelsmann argumentiert, er würde sich nur 1-2 Titel im Jahr leisten. Auf die Palmen gebracht hat den Buchhandel die Tatsache, dass der Club den zeitlichen Abstand zum Erscheinen der Originalausgaben im Buchhandel immer häufiger und immer wieder weiter verkürzt hat. Buchhandel und Bertelsmann haben sich auf einen Waffenstillstand geeinigt.

²⁴ Branchen-Interview, Im Gespräch mit Kommerzialrat Michael Kernstock, Sortiment-Brief 6/02, Wien, S. 49-50; hier S. 50.

²⁵ Buchreport, Nr. 33, 14. August 1997.

Nicht nur der „Tabellenführer“ Bertelsmann Club in Deutschland steckt in Schwierigkeiten, auch die altherwürdige Büchergilde Gutenberg (1924 in Deutschland von den Gewerkschaften gegründet – macht – notgedrungen – Umstrukturierungen durch. 1997 stand das Unternehmen zum Verkauf. Die Büchergilde Gutenberg sucht in letzter Zeit Kooperationen mit einzelnen Verlagen, baut den non-book-Bereich (z.B. CD-Werke) aus, und sie sucht dringend nach Mitgliedern. Mitte 2001 waren es lediglich 130.000. Die Zielvorgabe war 150.000.²⁶ Zum Vergleich: der Bertelsmann-Club hat 4.8 Millionen Mitglieder bei einem Umsatz von geschätzten 500 Millionen Euro. Die Wissenschaftliche Buchgemeinschaft Darmstadt bringt es auf 140.000 Mitglieder.²⁷ Der Mitgliederschwund ist keineswegs auf den deutschen Sprachraum beschränkt. Auch die Buchklubs in Frankreich müssen Maßnahmen setzen, um dem veränderten Publikumsgeschmack und den veränderten Kaufgewohnheiten Rechnung zu tragen. In der Zeit zwischen 1990 und 2000 verloren die französischen Buchklubs fast 800.000 der 4.5 Millionen Mitglieder und sahen ihre Einnahmen ständig sinken. Der größte Anbieter – France Loisirs – will den non-books-Bereich verstärkt ausbauen und mehr auf die Vertriebsform Internet setzen.²⁸

Hörbücher

Eine neue und offenbar erfolgreiche Marktnische in den vergangenen Jahren sind die Hörbücher oder audio books. (Technisch gesehen ist interessant zu beobachten, dass der Vorgänger der CDs, die Musikkassette, vom Markt verschwindet.) Dass Hörbücher arriviert sind und die Zahl der Anbieter täglich wächst, ist daran zu erkennen, dass große Medien und die Fachpublikationen schon seit einiger Zeit Hörbuch-Bestenlisten führen. Es wird immer schwieri-

²⁶ Die Büchergilde Gutenberg. Kein Spaziergang. In: Börsenblatt, Nr. 35, 2. Mai 2001, S. 18-19.

²⁷ Der Markt der Buchgemeinschaften. Gulliver und die Zwerge. In: buchreport.express, Nr. 16, 18. April 2002, S. 8.

²⁸ Book clubs gear up for Net. In: The Bookseller, 7 April 2000, S. 10. S

ger, die Übersicht zu behalten, aber dafür gibt es – wo sonst – im Internet einen Informationsdienst unter der Adresse www.hoergold.de. Hoergold.de nennt sich ein unabhängiges Info-Portal für deutschsprachige Hörbücher. Derzeit findet man Informationen zu mehr als 8,500 Hörbuchtiteln (genau: 8.663). Es gibt 3.425 Hörproben, damit man vor dem Kauf das Hörbuch „vorkosten“ kann. Und wie viele Hörbuchverlage gibt es inzwischen? Hoergold.de führt derzeit die kompletten Programme von 298 Verlagen. Kaum ein großer deutscher Publikumsverlag kann es sich heute leisten, keinen Hörbuchverlag zu haben. Überdies werden auf dem Portal fremdsprachliche Hörbücher verzeichnet, so etwa für England, Frankreich, Italien, Spanien und die USA. Ein weiterer Vorteil dieses Informationsdienstes: es werden alle erfassten Hörbuchverlage – mit Link – verzeichnet, so dass man gleich einen Überblick über das aktuelle Angebot bekommen sowie Details über den Verlag selbst. Es werden auch österreichische Anbieter berücksichtigt. (Einer davon ist der Picus Hörbuch Verlag.) Da ein Referatsthema dem Hörbuch bzw. dem Hörbuchmarkt gewidmet ist, wäre es sinnvoll, österreichische Anbieter zu interviewen.

Angesichts der Tatsache, dass Hoergold.de fast 9.000 Titel führt, ist das aktuelle Angebot dementsprechend breit. Man kann inzwischen die Bibel (im „Jahr der Bibel 2003“) oder Thomas Manns *Der Zauberberg*, um nur zwei Beispiele zu nennen, als Hörbuch kaufen, im Fall Thomas Manns auf 15 CDs. Eine interessante Fragestellung ist: was führt zur Popularität der Hörbücher bzw. warum sind sie ein wachsender Markt?

Der Markt blüht. Zum Schluß möchte ich in diesem Zusammenhang auf „ein exklusives Geschenk für nahe Menschen“ – das ist ein Zitat – hinweisen. Stichwort: „Ein in Deutschland einmaliges Projekt“. Es nennt sich „Lebenshörbuch“ bzw. „ein ausgefallenes Geschenk für liebe Menschen“. Also, wenn Sie nicht wissen, was Sie Ihren Eltern oder der Großmutter zu Weihnachten schenken, genau zuhören ...)

Ich zitiere:

„Wir, ein Team professioneller Autoren, Regisseure und Techniker mit langjähriger Erfahrung in Dokumentation, Hörspiel und Hörfeature zeichnen Ihre Erinnerungen und Gedanken in einem oder mehreren Interviews auf.

Wir kommen dafür gern zu Ihnen nach Hause. Denn nirgendwo erzählt es sich besser als in vertrauter Umgebung.

Danach bearbeiten wir das Interview dramaturgisch und verbinden es in unserem modernen Tonstudio - je nach Wunsch - mit historischen Tondokumenten, Geräuschen und vor allem mit Musik zu einem exklusiven Hörerlebnis. Das wird danach auf eine CD gebrannt.

Dazu bieten wir Ihnen ein grafisch anspruchsvoll gestaltetes bis zu 16 Seiten starkes Begleitheft an, das neben Ihrem faktischem Lebenslauf vor allem persönliche Fotos, aber auch Faksimiles von wichtigen Dokumenten Ihres Lebens enthält. Das Deckblatt des Begleitheftes - z.B. mit einem Foto von Ihnen - ist gleichzeitig das Cover der CD.“