



Bildquelle:123rf.com

## ENTWICKLUNG DYNAMIK AM BUCHMARKT

Positive Stimmung an den internationalen Buchmärkten: Der erwartete Flächenbrand durch mobile Apps und E-Books ist ausgeblieben. In den USA verliert das E-Book sogar Marktanteile – alleine 2017 waren es 10%. Der Wandel im Verlagswesen geht jedoch unvermindert weiter. Neue Formen der Content-Generierung und dynamisches Publizieren beschäftigen die Branche.

Von Knud Wassermann

**M**it dem Aufkommen der E-Books wurde dem gedruckten Buch keine allzu rosige Zukunft prophezeit. Es hat natürlich in einzelnen Segmenten auch Marktanteile eingebüsst – in den USA, dem Land mit der höchsten Penetrationsrate, liegt der Anteil von E-Books am Gesamtmarkt bei 19% (2017). Das entspricht allerdings einem Rückgang beim Verkaufsvolumen von 10% innerhalb nur eines Jahres. Was umso

mehr erstaunt: die Zahl an verkauften Büchern ist in den USA 2018 um 8 Mio. auf insgesamt

**BEORDA**  
Direktwerbung

Selfmailer...  
das etwas andere Couvert!

[www.beorda.at](http://www.beorda.at)

695 Mio. Exemplare gestiegen. Dem Buchhandel hat dies einen Gesamtumsatz von 10,3 Mrd. US-Dollar beschert.

### Wandel im Verlagswesen

Als Buchmarkt wird der Handel mit Büchern und Druck-Erzeugnissen wie etwa Kalender bezeichnet. 161 Mio. € betrug in Deutschland das Produktionsvolumen von Kalendern und Karten im Jahr 2018. Wichtigster

Zweig im deutschen Buchmarkt ist jedoch der Sortimentsbuchhandel, der laut *Börsenverein des Deutschen Buchhandels* für den größten Anteil an den Umsätzen der Branche verantwortlich ist. Im Jahr 2018 erwirtschafteten die Buchhändler rund 4,27 Mrd. €. Auch die Verlage (1,92 Mrd. €) und der Versandbuchhandel inklusive Internet (1,89 Mrd. €) trugen ebenfalls wesentlich zum Gesamtumsatz des Buchmarktes

von rund 9,13 Mrd. € bei. Gegenüber 2017 war das eine Steigerung um rund 3,0 Mrd. €.

Neben Belletristik sind Kinder- und Jugendbücher sowie Ratgeber die umsatzstärksten Warengruppen im Buchhandel. Weitere wichtige Umsatzträger sind Sachbücher und die Warengruppe «Schule und Lernen».

In Deutschland und Frankreich stagniert der E-Book-Anteil übrigens schon seit mehreren Jahren und hat sich zwischen 6% und 7% eingependelt.

Auch von den britischen Inseln kommen durchwegs interessante Meldungen: Hier wuchs der Buchmarkt 2018 um 0,3% auf 191 Mio. verkaufte Exemplare bei einem um 34 Mio. Pfund höheren Erlös (total 1,63 Mrd. £). Zusätzlich hat die *Booksellers Association* ein Wachstum bei den unabhängigen Buchhandlungen ausgemacht – ein gegenläufiger Trend zur allgemeinen Entwicklung im Einzelhandel.

Der prognostizierte Flächenbrand durch mobile Apps und E-Books scheint jedenfalls ausgeblieben zu sein. Stattdessen haben Print und Digital eher zueinandergefunden. E-Book oder Buch ist keine Entweder-oder-Entscheidung. Das bedeutet aber nicht, dass der Wandel im Verlagswesen abgeschlossen ist und man zur Tagesordnung übergehen könnte.

#### **Anpassungsfähigkeit der Buchverlage**

Neue Formen der Content-Generierung, die Zusammenarbeit zwischen Autoren, Verlagen und Lesern und neue Geschäftsmodelle werden die Branche auch in Zukunft weiterhin auf Trab halten. Das Wirtschaftsmagazin *The Economist* bezeichnete gerade Buchverlage als eine leistungsstarke, langlebige und anpassungsfähige Branche. Mit einem Umsatz von 122 Mrd. \$ (Quelle: Studie *Bookmap* 2017) ist der weltweite Buchmarkt immerhin

etwa dreimal so groß wie die Musikindustrie – und vor allem in Europa eine Größe. 2017 erzielten europäische Buchverlage laut *European Book Publishing Statistics* einen Umsatz von 22,2 Mrd. €. Der wesentlichste Grund für den Verkaufsrückgang bei E-Books liegt wahrscheinlich an dem digitalen Erschöpfungszustand, in dem sich viele Menschen befinden. Als Gegenpol zum Digitalen möchten die Menschen wieder ein haptisches, greifbares Produkt in Händen halten. Eine Studie von *Two Sides* ergab, dass 72% der Befragten gedruckte Bücher bevorzugen, um vom digitalen Informations-Overflow abzuschalten. Dazu passt auch ein Zitat von Zukunftsforscher MATTHIAS HORX: »Wenn alles kopier- und verfügbar ist, wird das Einmalige, Spezifische, Anfassbare zum neuen Luxus.«

#### **Hochwertige Bücher im Trend**

Vor diesem Hintergrund ist der Trend zu hochwertigen Büchern zu verstehen, denen mit Veredelungen noch zusätzliche haptische Erlebnisse eingehaucht werden. Das Spektrum ist riesig und reicht von Glanz-, Matt- oder Soft-touch-Folien, Spotlack, ein- oder mehrfarbigen Heißfolienprägungen, abgerundeten Ecken bis hin zu Laserstanzungen und dem Bedrucken der Schnittkanten. »Solche Finessen sind vor dem Hintergrund digitaler Konkurrenzmedien im Kampf um die Leser wichtig. Vor allem, wenn das Buch im stationären Handel verkauft wird«, versichert der geschäftsführende Gesellschafter der *Kösel GmbH*, ERIK KURTZ. Die deutsche Druckerei kommt sehr oft ins Spiel, wenn es um besondere buchbinderische Verarbeitungstechniken geht. «Wir denken in den Prozessen und Aufgaben der Kunden und deren Kunden und kreieren daraus eine technische Lösung. Es ist also ein kreativer Prozess, den wir mit den

Kunden durchlaufen – allerdings auf einer technischen Ebene», so KURTZ.

#### **Book-of-One ist Realität**

Trotz der positiven Signale für das gedruckte Buch steht die gesamte Wertschöpfungskette Buch jedoch vor gewaltigen Herausforderungen. Für die Produktion gilt es, den Trend zu immer kleineren Auflagen bis zur Auflage 1 in einem industriellen Umfeld effizient abzubilden (darüber und über die Anstrengungen von *Bubu* im Schweizer Markt haben wir bereits im September in Ausgabe 108 berichtet). Auflage 1 und kleinste Auflagen können aber nur durch eine lückenlosen Digitalisierung möglich werden. Nur dann lässt sich wirtschaftlich und nach Bedarf produzieren. So wird die Lagerhaltung in den kommenden Jahren noch stärker im Fokus der Verlage stehen und

durch den zunehmenden Trend zum Digitaldruck technisch gelöst. Möglich ist das alles schon heute. Der Highspeed-Inkjetdruck (siehe auch Seite 24 ff.) wird hierbei eine ganz gewaltige Rolle spielen und langfristige Antworten geben können. Immerhin werden schon heute 10% aller gedruckten Bücher in Europa digital produziert. Bis 2022 soll das Schwarz-Weiß- sowie Farbvolumen um voraussichtlich 15% jährlich wachsen (Quelle: *Western Europe Production Digital Printing, Market Overview Report; Caslon; 2017*), wenn auch die Technik in Print und Finishing entsprechend mithält. Faszinierend ist aber heute schon, dass Bücher als Soft- oder Hardcover-Ausstattung vollkommen in Auflage 1 in einem industriellen Digitaldruckumfeld mit Anlagen von beispielsweise *Müller Martini* produziert werden können.



## **Lust auf Print.**

Ihr zuverlässiger Partner für Geschäfts- und Werbedrucksachen, die sich von der Masse abheben.

Wir beraten Sie gerne für Ihr nächstes Projekt.



**kasimir meyer**

Kapellstrasse 5 5610 Wohlen T 056 618 58 00 [www.kasi.ch](http://www.kasi.ch)

Jedes Buch kann vom Inhalt, Umfang und Format vollkommen anders aussehen. Eine umfassende Integration und Vernetzung aller Module sorgt hier trotz höchster Individualität für die notwendige Effizienz. Mass Customization – also die Anpassung eines Serienproduktes an die individuellen Bedürfnisse eines Kunden – ist aufgrund des hohen Automatisierungsgrades von Druck und Weiterverarbeitungssystemen keine Zukunftsmusik mehr.

#### Dynamisches Publizieren

Das nächste Thema, das mit großer Wahrscheinlichkeit auf Verlage und Druckereien zukommen wird, ist das sogenannte dynamische Publizieren. Damit sollen relevante variable Inhalte für bestimmte Zielgruppen oder einzelne Leser aufbereitet werden. Basierend auf

Templates, die auf Online-Plattformen bereitliegen, können Nutzer Inhalte aus verschiedenen Quellen zusammenführen – einschließlich eigener Bilder und Texte. Fotobücher oder Bücher im Self-Publishing gehen ja bereits in diese Richtung. Weitere Ansätze finden sich in den Sparten Bildung und Reisen, bei denen die Inhalte individuell zusammengestellt werden.

In der Verbindung von digital und analog ergeben sich so völlig neue Nutzungsformen. Ein Beispiel wäre etwa ein Reiseführer, den sich der Leser für seinen Urlaub gemäß seiner Reiseroute und den individuellen Interessen auf einer Plattform zusammenstellen kann. Im Anschluss wird das Buch gedruckt und direkt ausgeliefert. Und da Reisegepäck immer sehr knapp bemessen ist, kann der Leser auf der Plattform alternativ zum Buch oder auch zusätzlich

auswählen, welche Inhalte er mit auf die Reise nehmen möchte. Die könnten ihm dann automatisch in eine App auf seinem Tablet oder Handy gespielt und das Ganze in einem ansehnlichen responsiven Design dargestellt werden.

#### Attraktive Geschäftsmodelle

Während der Reise würde das Buch im wahrsten Sinne des Wortes zum Leben erweckt, indem einzelne Sehenswürdigkeiten mit Fotos verknüpft würden, die dann auch in den sozialen Medien gepostet werden könnten. Zuhause ließe sich dann ein persönliches Fotobuch erstellen, das um Informationen aus dem Reiseführer über die Attraktionen ergänzt würde. Von solchen Szenarien sind wir gar nicht mehr so weit entfernt, auch wenn sie zurzeit noch nicht angeboten werden. Sicher ist

aber, dass haptische und digitale, statische und dynamische Inhalte in Zukunft verknüpft werden, aus denen sich dann attraktive Geschäftsmodelle ergeben können. Vorausgesetzt die Urheberrechte sind geklärt und mindestens so wichtig: die Kunden spielen mit und haben entsprechendes Interesse an den solchen Produkten, an deren Existenz man sich erst einmal gewöhnen muss. So ergeben sich über die Digitalisierung für das Buch neue Chancen. Über Print kann das wirklich Wichtige selektiert und in Buchform festgehalten werden. In Zukunft gilt es unter anderem, die Stärken des gedruckten Buchs mit den Möglichkeiten digitaler Formate – wie sofortige Verfügbarkeit, Individualisierung und Aktualität – zu verbinden.

# Digitale Transformation lässt sich nicht in 10 Sekunden erklären.



beyondprint unplugged:  
Fachexpertise kompetent, praxisnah und entkrampft.

Weitere Informationen: [www.druckmarkt.com](http://www.druckmarkt.com) oder [www.arcusverlag.de](http://www.arcusverlag.de)