

PRINT ODER DIGITAL?

Dynamik am Buchmarkt

Von Knud Wassermann und Klaus-Peter Nicolay

Neue und zum Teil alternative Medien haben die Buchbranche in den vergangenen Jahren ordentlich aufgemischt. Doch der befürchtete Flächenbrand durch die Digitalisierung und ihre Auswirkungen auf den Buchmarkt ist bisher ausgeblieben.

In den USA verliert das E-Book sogar an Marktanteilen – alleine 2017 waren es 10%. Dennoch geht der Wandel für die Verlage unvermindert weiter. Digitale Drucktechniken, dynamisches Publizieren sowie neue Formen der Content-Generierung beschäftigen derzeit die Branche.

Mit dem Aufkommen der E-Books wurde dem gedruckten Buch der schnelle Tod prophezeit. Das war Mitte der 1990er Jahre und ist jetzt gerade einmal etwa 25 Jahre her. Inzwischen hat das Buch in einzelnen Segmenten tatsächlich Marktanteile eingebüßt. In den USA, dem Land mit der höchsten E-Book-Penetrationsrate, liegt der Anteil am Gesamtmarkt bei 19% (2017). Doch bemerkenswert genug: Das entspricht einem Rückgang beim Verkaufsvolumen von 10% innerhalb nur eines Jahres. Was umso mehr erstaunt: Die Zahl an verkauften Büchern ist in den USA 2018 gleichzeitig um 8 Millionen auf insgesamt 695 Millionen Exemplare gestiegen. Dem Buchhandel hat dies einen Umsatz von 10,3 Mrd. US-Dollar beschert. Der gesamte Buchmarkt in den USA als größter Einzelmarkt wird mit 25,82 Mrd. \$ beziffert.

Unter dem Begriff Buchmarkt ist der Handel mit Büchern und weiteren Druck-Erzeugnissen wie etwa Kalendern und Karten zu verstehen.

Auch wenn 2018 die Kalenderproduktion in Deutschland ein Volumen von 161 Mio. € ausmachte, ist der wichtigste Zweig des Buchmarkts jedoch der Sortimentsbuchhandel, der nach den Zahlen des *Börsenverein des Deutschen Buchhandels* für den größten Umsatzanteil der Branche verantwortlich ist. 2018 erwirtschafteten die Buchhändler rund 4,27 Mrd. €. Die Verlage (1,92 Mrd. €) und der Versandbuchhandel inklusive Internet (1,89 Mrd. €) trugen ebenfalls ganz wesentlich zum Gesamtumsatz des Buchmarktes von 9,13 Mrd. € bei. Das ist gegenüber 2017 eine leichte Steigerung um rund 3,0 Mio. €.

Ohnehin ist der Umsatz im deutschen Buchhandel erstaunlich konstant: Seit 2007 bewegt er sich mit einigen Schwankungen zwischen 9,13 Mrd. € (2017 und 2018) und 9,73 Mrd. € (2010). Und die Zahl der Menschen, die Bücher kaufen, stieg sogar erstmals wieder seit 2012. Im Jahr 2018 kauften knapp 30

Millionen Menschen mindestens ein Buch. Und bei der gerne abgeschrieben jüngeren Generation von 20 bis 39 Jahre stieg die Lust am Bücherkauf um über 15%.

Gelesen wird noch immer analog. Und die meisten Bücher werden nach wie vor beim Buchhändler gekauft.

Neben der Belletristik sind Kinder- und Jugendbücher sowie Ratgeber die umsatzstärksten Warengruppen. Weitere wichtige Umsatzträger sind Sachbücher und die Warengruppe »Schule und Lernen«. Und selbst dort hält sich das gedruckte Buch.

Eine ähnliche Entwicklung ist auch in der Deutschschweiz zu erkennen. Erstmals seit fünf Jahren nahmen die Umsätze 2019 wieder zu. Der *Schweizer Buchhändler- und Verleger-Verband (SBVV)* spricht gar von einer Trendwende, nachdem der Umsatz mit gedruckten Büchern gegenüber 2018 um 1,5% zunahm. Ein Blick auf die Nachbarländer stützt den Optimismus: In Deutschland nahmen die Buchumsätze im vergangenen Jahr um 1,4%, in Österreich um 1,6% zu (inklusive Onlineverkäufen).

Dagegen hielt der Sinkflug des Hörbuchs mit einem Minus von 20% weiter an. Und auch der E-Book-Verkauf stagniert schon seit Jahren und stieg erst 2018 auf den bisherigen

Höchstwert von 5%. Das könnte sich 2020 möglicherweise ändern, da ab Januar auch für elektronische Publikationen wie E-Books der ermäßigte Mehrwertsteuersatz von 7% gilt.

Interessantes kommt auch aus UK: Der Buchmarkt ging zwar zurück, doch stieg der Erlös. Dabei hat die *Booksellers Association* ein Wachstum der unabhängigen Buchhandlungen ausgemacht – ein zur allgemeinen Entwicklung im Einzelhandel gegenläufiger Trend.

Ohnehin ist der europäische Markt für Bücher in der Gesamtschau eine beachtliche Größe.



72% DER BEFRAGTEN MENSCHEN BEVORZUGEN GEDRUCKTE BÜCHER.

MEHR ALS 71.500 NEUE BUCHTITEL SIND 2018 ALLEINE IN DEUTSCHLAND ERSCIENEN. DER STAPEL DIESER BÜCHER IST 2.150 METER (DIE ZUGSPITZE IST 2.962 M) HOCH.

9,13 MRD. EURO GESAMTUMSATZ ERZIELTE DER BUCHMARKT 2018 IN DEUTSCHLAND.

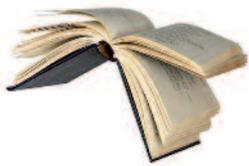
FAST 30 MILLIONEN MENSCHEN KAUFTE 2018 MINDESTENS EIN BUCH.

Quellen: Two Sides, 2017; Börsenverein des Deutschen Buchhandels, Juni 2019.

2017 wurde laut *European Book Publishing Statistics* ein Umsatz von 22,2 Mrd. € erzielt. Das entspricht etwa einem Sechstel des weltweiten Marktes mit Büchern.

Der vor Jahren prognostizierte Flächenbrand durch Apps und E-Books scheint also ausgeblieben zu sein. Und die Branche ist zuversichtlich. Gerade erst hat das Wirtschaftsmagazin *The Economist* Buchhandel und -verlage als leistungsstarke und anpassungsfähige Branche bezeichnet. Mit einem Umsatz von 122 Mrd. \$ (Quelle: *Studie Bookmap 2017*) ist der weltweite Buchmarkt immerhin etwa dreimal so groß

wie die Musikindustrie, die von der Digitalisierung jedoch auch weit härter getroffen wurde. Hier sind nicht nur die Tonträger nahezu verschwunden, hier hat sich fast der gesamte Vertriebsweg ins Internet verlagert.



Wenn alles unendlich kopier- und verfügbar ist, wird das Einmalige, Spezifische, Anfassbare zum neuen Luxus.

Das der Buchmarkt nicht ein ähnliches Schicksal wie die Musikindustrie erfahren hat, mag vor allem daran liegen, dass das Buch ein durch und durch sinnliches Produkt ist. Zwar trifft dies auch auf Musik zu. Doch während man Musik in erster Linie hören will (auch im Hintergrund), verlangt das Lesen eines Buches die volle Aufmerksamkeit. Zudem möchten die Menschen offensichtlich als Gegenpol zum Digitalen ein haptisches, greifbares Produkt in ihren Händen halten. Und da das Lesen auf Papier angenehmer ist als auf einem Display, erstaunt auch die Studie von *Two Sides* aus dem Jahr 2017 nicht, nach der 72% der Befragten gedruckte Bücher bevorzugen.

Ob dies auch im Zusammenhang mit dem Abschalten vom digitalen Information-Overflow steht, ist Interpretationssache. Doch der Zukunftsforscher MATTHIAS HORX definiert es so: »Wenn alles unendlich kopier- und verfügbar ist, wird das Einmalige, Spezifische, Anfassbare zum neuen Luxus.«

Vor diesem Hintergrund ist auch der Trend zu hochwertigen Büchern zu verstehen, de-

87.899 BÜCHER
WERDEN IN DEUTSCHLAND
IN EINER STUNDE GEDRUCKT.

DAS SIND **703.192**
EXEMPLARE AN EINEM
NORMALEN ARBEITSTAG
VON 8 STUNDEN.

161.734.160
BÜCHER WERDEN DEMNACH
PRO JAHR IN DEUTSCHLAND
PRODUZIERT.

DAZU KOMMEN **9** MIO.
FOTOBÜCHER, DIE 2018
VERKAUFT WURDEN.

Quellen: Koenig & Bauer Ideen, September 2017.
Photo Industrie Verband, Februar 2019.

nen mit Veredelungen zusätzliche haptische Erlebnisse mitgegeben werden. Das Spektrum reicht von Glanz-, Matt- und Softtouch-Folien, Spotlack, ein- oder mehrfarbigen Heißfolienprägungen, über abgerundete Ecken an Buchblock und Decke bis zu Laserstanzungen oder bedruckten Schnitkanten. Das Personalisieren ist eine weitere Spielart, um Aufmerksamkeit zu erregen.

»Solche zusätzlichen Attribute sind gerade vor dem Hintergrund digitaler Konkurrenzmedien im Kampf um die Leser wichtig – vor allem dann, wenn das Buch im stationären Handel ver-

kauft wird«, berichtet ERIK KURTZ, geschäftsführender Gesellschafter der *Kösel GmbH*. Die Druckerei aus dem Allgäu, die auf eine 425-jährige Geschichte zurückblicken kann, ist oft ein gefragter Produktionspartner, wenn es um besondere buchbinderische Verarbeitungen geht.

Bei all diesen Sonderformen in der Produktion steht die Wertschöpfungskette natürlich vor gewaltigen Herausforderungen. Und auch der Trend zu immer kleineren Auflagen bis hinunter zur Auflage 1 muss in einer industriellen Produktion effizient abgewickelt werden können (darüber und über die Anstrengungen von *Bubu* im Schweizer Markt haben wir bereits im Juli 2019 in *beyondprint unplugged*, Ausgabe 4, berichtet). Denn die Herstellung kleinster Auflagen – und dies nach Bedarf – wird nur durch eine lückenlose Digitalisierung möglich.



Mass Customization, das Anpassen eines Serienproduktes an individuelle Wünsche, ist per Automatisierung von Druck und Finishing keine Zukunftsmusik mehr.

In diesem Zusammenhang wird auch die Lagerhaltung noch stärker in den Fokus der Verlage rücken und den Trend zum Digitaldruck beschleunigen. Der Highspeed-Inkjetdruck (siehe auch *Druckmarkt* 124) wird hierbei eine dominierende Rolle einnehmen.

>

ACHTUNG!
**LESEN GEFÄHRDET
DIE DUMMHEIT**

Lesen macht schlau. Und Lesen auf Papier macht noch schlauer. Denn was wir haptisch greifen können, begreifen wir auch intellektuell besser. Das Verstehen geht tiefer, die Fantasie ist reicher und die Reflexionen sind komplexer. »Deep Reading« (vertieftes Lesen) nennt die Neurobiologin und Leseforscherin MARYANNE WOLF von der Bostoner *Tufts University* diese Art Wissensaufnahme. Und die funktioniert gegenüber Websites oder anderen Display-Medien wie einem Smartphone immer noch am besten auf Papier.

Die Digitalisierung und ihre Irrtümer im Buchmarkt

VORSICHT: DA KOMMT NOCH MEHR!

Es war ein gewaltiger Irrtum, dem gedruckten Buch wegen der bloßen Existenz von E-Books den schnellen Tod vorherzusagen. Inzwischen wissen wir, dass das Buch seine Position trotz gegenteiliger Prognosen gut behauptet hat. Alleine in Deutschland erscheinen an jedem Werktag mehr als 300 neue Titel: Das sind mehr als 70.000 Neuerscheinungen im Jahr. Und es werden sogar noch mehr, rechnet man die Werke dazu, die von Self-Publishern im Eigenverlag veröffentlicht werden. Es gibt also keine wirkliche Krise des Buches. Und dass die Umsätze im Markt schwanken, liegt eher daran, dass es nicht jedes Jahr Bestseller wie *Harry Potter* gibt.

Es ist ebenso ein Irrtum anzunehmen, das Onlinegeschäft zerstöre den traditionellen Buchhandel. Zwar hat der Onlinehandel mit dem Klassiker Buch inzwischen einen Anteil von rund 20% am gesamten Branchenumsatz, doch das Wachstum hat sich verlangsamt. Gelitten hat dabei aber weniger der Buchhandel, sondern eher der Absatz der großen Warenhäuser sowie der klassische Versandhandel.

Und wer sich typische Bücherkäufer als ältere, konservative Menschen vorstellt, erliegt dem dritten Irrtum: Es sind zunehmend Menschen zwischen 20 und 40 Jahren, die als Ergänzung zu ihren digitalen Aktivitäten wieder zum gedruckten Buch greifen.

Dennoch: Es gibt weder ein Zurück, noch eine Garantie für den Erhalt des Status quo. Die Digitalisierung wird weiter vorangetrieben und neue Technik den Markt verändern. Dabei verhält es sich wie bei nahezu allen technischen Neuerungen: Nach einem anfänglichen Hype findet Ernüchterung statt, die eine Phase einleitet, in der sich die Innovationen evolutionär weiterentwickeln. Das gibt dem Markt die notwendige Zeit und Chance, sich auf die veränderte Situation einzustellen und bestehende Strukturen anzupassen.

Genau das haben wir in den zurückliegenden Jahren rund um das Buch erlebt. Der stationäre Buchhandel lockt längst mit Online-Angeboten und verstärkt die Kundennähe, Bücher erscheinen analog und digital, der Digitaldruck ermöglicht es jedermann, Bücher im Self-Publishing herauszugeben und Bücher sowie digitale Formen der Content-Vermittlung (E-Book, Hörbuch, Video, Augmented Reality etc.) ergänzen sich immer mehr. Der Wandel setzt sich schleichend fort. Deshalb wäre es viel zu früh und ein fataler Irrtum, davon zu sprechen, die Buchbranche habe die digitale Revolution überstanden. Sie hat die Digitalisierung bisher lediglich besser bewältigt, als erwartet. Das bedeutet aber nicht, dass der Wandel im Buch- und Verlagswesen abgeschlossen ist. Da kommt noch mehr!

nico

Schon heute werden 10% aller in Europa gedruckten Bücher digital produziert. Bis 2022 soll das Volumen dem Marktreport *Western Europe Production Digital Printing, Caslon 2017*, zufolge um jährlich 15% steigen, wenn sich die Technik in Print und Finishing entsprechend verbreitet. Die steht längst bereit. Bücher mit Soft- oder Hardcover werden in einem industriellen Digitaldruckumfeld mit Anlagen von beispielsweise *Müller Martini* oder *Horizon* in Auflage 1 produziert. Dabei kann sich jedes Buch vom Inhalt, Umfang und Format vom anderen unterscheiden. Eine umfassende Vernetzung und Integration aller Finishing-Module sorgt trotz höchster Individualität der Produkte für die notwendige Effizienz. Mass Customization – also das Anpassen eines Serienproduktes an die individuellen Bedürfnisse eines Kunden – ist aufgrund des hohen Automatisierungsgrades von Druck- und Finishing-Systemen längst keine Zukunftsmusik mehr.

Die Herstellung kleinster Auflagen – und dies nach Bedarf – wird nur durch eine lückenlose Digitalisierung möglich.

Doch dabei alleine wird es nicht bleiben. Ein Thema, das mit großer Wahrscheinlichkeit auf Verlage und Druckereien zukommen wird, ist das dynamische Publizieren. Damit sollen Inhalte für bestimmte Zielgruppen oder einzelne Leser variabel aufbereitet werden. Basierend auf Templates, die auf Online-Plattformen bereitliegen, können Inhalte aus verschiedenen Quellen zusammengeführt werden – einschließlich eigener Bilder und Texte. Fotobücher oder Bücher im Self-Publishing gehen ja bereits in diese Richtung. Ansätze finden sich in den Sparten Bildung oder Reisen, bei denen die Inhalte völlig individuell zusammengestellt werden können.

So kann sich ein Urlauber zum Beispiel einen Reiseführer herstellen, den er gemäß seiner Reiseroute und seinen individuellen Interes-

76% DER UMSÄTZE WERDEN MIT HARD- UND SOFTCOVER-BÜCHERN ERZIHLT. PLATZ 2 BELEGT DAS TASCHENBUCH MIT 21%.

RUND 27.500 MENSCHEN ARBEITETEN 2018 IM BUCHHANDEL.

1.982 VERLAGE GIBT ES BUNDESWEIT. 2% DIESER VERLAGE ERWIRTSCHAFTEN ¾ DES BRANCHEN-UMSATZES.

ETWA 3,6 MILLIONEN DEUTSCHE KAUFTE 2018 EIN E-BOOK.

Quelle: Börsenverein des Deutschen Buchhandels, Juni 2019.

sen zusammenstellt. Diese Auswahl wird als Buch gedruckt und geliefert. Und da Reisegepäck immer knapp bemessen ist, könnte der Leser auf der Plattform alternativ zum Buch oder auch zusätzlich auswählen, welche Inhalte er mit auf die Reise nehmen mag. Die könnten ihm in Form einer App dann automatisch auf sein Smartphone gespielt und in einem responsiven Design dargestellt werden.

Während der Reise könnte ein solches Buch wachsen und im wahrsten Sinne des Wortes zum Leben erweckt werden, indem bestimmte Sehenswürdigkeiten um eigenen Fotos ergänzt und verknüpft werden, die auch

in den sozialen Medien gepostet werden könnten. Zuhause ließe sich dann ein persönliches Fotobuch erstellen, das über die Informationen aus dem Reiseführer hinaus um eigene 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 miteinander verknüpft werden. Daraus können sich attraktive Geschäftsmodelle ergeben. Vorausgesetzt, die Urheberrechte sind geklärt. Und mindestens genau so wichtig: Die Kunden spielen mit und haben entsprechendes Interesse an Produkten, an deren Existenz man sich erst einmal gewöhnen muss.

In der Verbindung von digital und analog ergeben sich für das Medium Buch völlig neue Nutzungsformen.

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 also, die Stärken des gedruckten Buchs mit den Möglichkeiten digitaler Formate – wie sofortige Verfügbarkeit, Individualisierung und Aktualität – zu verbinden.

