

Stationärer Buchhandel in Deutschland 2014

Überblick

- 6.000 Buchhandlungen (inkl. Filialen und Buchverkaufsstellen)
- 4,6 Mrd. Euro Umsatz (49,2 % vom gesamten Buchhandelsumsatz)
- 30.200 Beschäftigte
- Rund 10 Prozent der Buchhandlungen machen über zwei Drittel des Umsatzes.
- Etwa 90 Prozent der Buchhandlungen sind kleinere, unabhängige Buchläden.

1. Lage des Buchhandels in Deutschland

Buchhandelsnetz

Deutschland verfügt über ein weit verzweigtes Buchhandelsnetz, das im internationalen Vergleich vorbildhaft ist. Insgesamt gibt es rund 6.000 Buchhandlungen. Die Zahl ist rückläufig. Der Sortimentsbuchhandel ist seit Jahrzehnten der stärkste Vertriebsweg für Bücher: Rund die Hälfte des Buchhandelsumsatzes wird im Handel vor Ort gemacht. Dieser Anteil ging in den letzten Jahren zurück, parallel stieg der Anteil des Online-Handels am Gesamtumsatz. In 2013 gab es erstmals wieder eine gegenläufige Entwicklung: Der Umsatzanteil des stationären Handels stieg leicht an, der Online-Umsatz ging leicht zurück. Auch 2014 entwickelte sich der stationäre Handel besser als das Internetgeschäft.

Buchhandelslandschaft

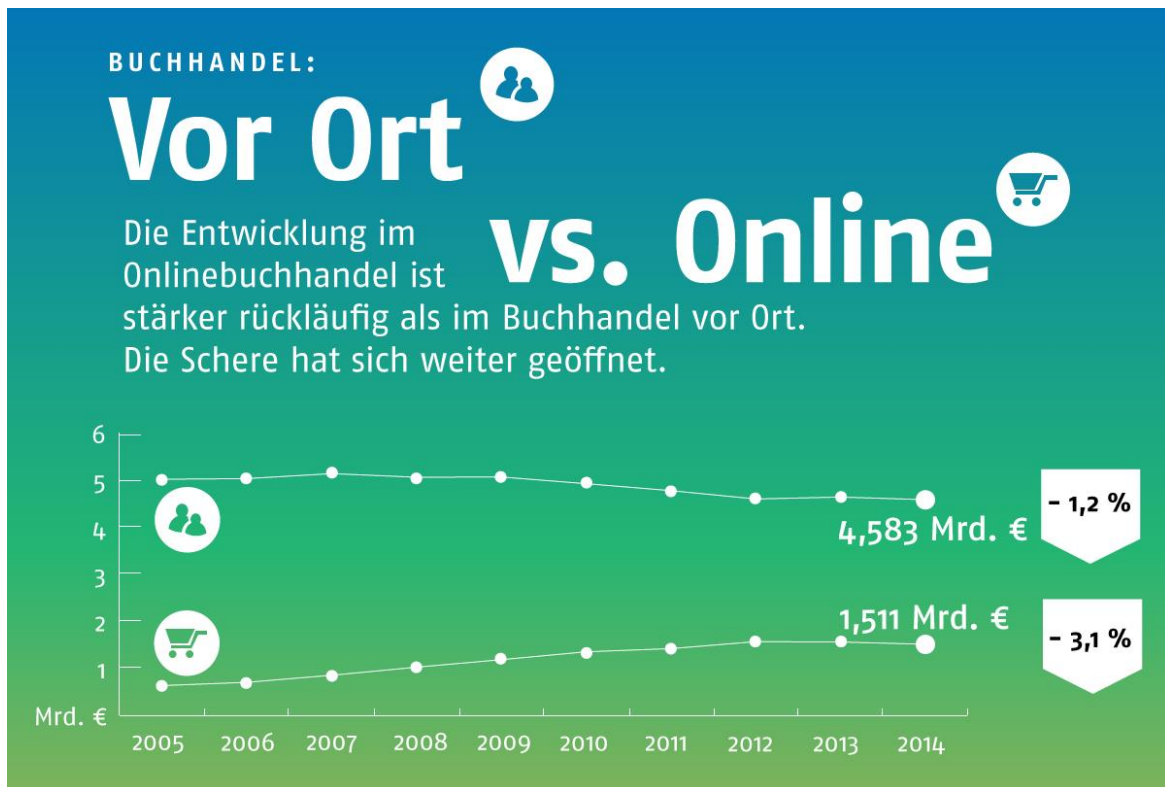
Auch wenn die Zahl der Buchhandlungen rückläufig ist, ist die Marktstruktur in den letzten Jahren weitgehend stabil geblieben. Von den rund 6.000 Buchverkaufsstellen sind etwa 3.800 kleine, unabhängige Buchhandlungen, 1.200 kettenzugehörige Buchhandlungen und 1.000 weitere Buchverkaufsstellen, bei denen Bücher nicht das Kernsortiment bilden (z.B. Elektromärkte). Rund 10 Prozent der Buchhandlungen machen über zwei Drittel des Umsatzes. Bundesweit führend sind die Buchhandelsunternehmen Thalia (Thalia Holding) sowie Hugendubel und Weltbild (beide DBH Deutsche Buch Handels GmbH & Co. KG). Daneben gibt es bundesweite Fachbuchhandlungen (z.B. Schweitzer Fachinformationen, Lehmanns Media) und größere Filialisten auf regionaler Ebene (z.B. Mayersche Buchhandlung, Osiander). Etwa 90 Prozent der Buchhandelsunternehmen sind kleinere, unabhängige Buchläden. Nachdem die Buchhandelslandschaft lange Zeit von Konzentration geprägt war, konsolidiert sich der Markt seit einigen Jahren. Der Trend geht im stationären Buchhandel hin zu weniger Großflächen, weniger Buchverkaufsflächen und weniger Buchhandlungen. Dafür gibt es aber einen unvermindert starken, gut aufgestellten mittelständischen Buchhandel mit etlichen regionalen Filialisten, zahlreichen Nischenbuchhandlungen, aber auch gut sortiertes Allgemeinsortiment vor allem in Ballungsgebieten.

MEDIENDOSSIER

Online-Handel

Der zunehmende Online-Handel fordert den stationären Buchhandel immer mehr heraus. Das betrifft das stationäre Sortiment insgesamt. So bauen die großen Filialisten Verkaufsflächen zurück, in die sie in den vergangenen Jahren investiert haben, oder schließen Filialen. 2014 verschwanden rund 38.000 Quadratmeter Verkaufsfläche, knapp 150 Filialen wurden geschlossen. Auch die kleinen, unabhängigen Buchhandlungen bekommen die zunehmende Marktmacht der Online-Händler zu spüren. Deshalb entwickeln Sortimenter neue Ladenkonzepte und Vertriebsstrategien, um ihr Unternehmen zukunftssicher zu machen.

2. Umsatzentwicklung des Sortiments- und Onlinebuchhandels



Quelle: Börsenverein des Deutschen Buchhandels

In 2013 machte sich auf dem Buchmarkt eine Trendwende bemerkbar: Während in den Jahren zuvor der Umsatz im stationären Buchhandel tendenziell zurückgegangen und parallel der Online-Umsatz stetig gestiegen ist, zeigten die beiden Vertriebswege in 2013 andere Vorzeichen. Im Buchhandel vor Ort wurde 0,9 Prozent mehr Umsatz erwirtschaftet als im Vorjahr, demgegenüber sank der Online-Umsatz um 0,5 Prozent. In 2014 entwickelte sich der gesamte Buchmarkt leicht rückläufig (-2,2 Prozent). Der Buchhandel vor Ort stand mit minus 1,2 Prozent wieder besser da als der Online-Handel mit minus 3,1 Prozent. Die Schere zwischen der Umsatzentwicklung der beiden Vertriebswege öffnet sich sogar weiter.

3. Online-Geschäft im Stationären Sortiment

E-Book-Markt

- Umsatzanteil liegt im stationären Sortiment bei 1 %
- 79% der Sortimenter bieten E-Books und/oder E-Reader an

Der Buchhandel vor Ort ist heute auch in Sachen E-Book professioneller Berater. In 2013 boten 79 % der Sortimenter E-Books und/oder E-Reader an, das sind mehr als doppelt so viele wie in 2010. Buchhandlungen machen noch relativ wenig Umsatz mit digitalen Büchern: Der durchschnittliche Umsatzanteil von E-Books am Gesamtumsatz der eigenen Buchhandlung lag 2013 bei 1 %.

Online-Präsenz von Buchhandlungen

- Über 81 Prozent der Buchhandlungen sind mit einer eigenen Internetpräsenz und einem Online-Shop ausgestattet.
- Im Schnitt haben stationäre Buchhandlungen in den letzten Jahren rund 2 % des Umsatzes mit dem Online-Vertrieb von gedruckten Büchern gemacht.
- Die Tendenz geht nach oben.

4. Anzahl der Buchhandlungen

Insgesamt gibt es etwa 6.000 Buchhandlungen in Deutschland, inklusive Filialen und Buchverkaufsstellen. Die Zahl der Buchhandlungen geht zurück. Indikator dafür ist die Zahl der Mitgliedsbuchhandlungen des Börsenvereins: Sie ging von 4.422 in 2005 auf 3.775 in 2010 und auf 3.204 in 2014 zurück. Die meisten Mitgliedsbuchhandlungen gab es 1999 (4.847 Mitglieder). Die Gründe für Austritte sind verschieden, bei einem Großteil handelt es sich um die Aufgabe der Geschäftstätigkeit. Es werden aber auch immer wieder neue Buchhandlungen eröffnet. 2013 und 2014 sind bundesweit 119 neu gegründete Buchhandlungen Mitglied im Börsenverein geworden.

Buchhandelsdichte

Die Stadt mit der höchsten Buchhandelsdichte ist Heidelberg: Bei rund 152.000 Einwohnern gibt es 25 Buchhandlungen, also 6.085 Einwohner pro Buchhandlung. Auf Rang 2 folgt Göttingen (6.494 Einwohner pro Buchhandlung), auf Platz 3 Kiel (7.791). Die meisten Buchhandlungen absolut gibt es in Berlin (251 Sortimente).

MEDIENDOSSIER

5. Maßnahmen für die Zukunft

- Klare inhaltliche Positionierung
- Betonung der Vorzüge des stationären Einkaufens
- Ausbau des Marketings über Veranstaltungen
- Online-Service (Rund-um-die-Uhr-Beratung und -Bestellung)

Erfolgreich sind Buchhandlungen, die sich jetzt klar positionieren und ihre Vorzüge gegenüber dem Online-Handel darstellen und ausspielen. Das sind vor allem die Beratungskompetenz und der persönliche Kontakt, die kein Online-Anbieter bieten kann. Zudem zahlen sich innovative Ladenkonzepte aus. Hier gibt es jährlich Neugründer, die damit sehr erfolgreich sind. Das können die Ladenaufmachung / Ladenstrukturierung sein oder ein spezielles Thema sowie Veranstaltungen, die auf die Klientel zugeschnitten sind. Wichtig ist es heute auch, einen perfekten Online-Service anzubieten, um die Beratungskompetenz auch online auszuspielen. D.h. man braucht als Buchhändler heute auch E-Book-Kompetenz und einen Internet-Auftritt, um mit reinen Online-Anbietern mithalten zu können.