

Stationärer Buchhandel in Deutschland 2020/2021

Überblick

- Rund 5.000 Buchhandlungen (inkl. Filialen) sowie viele Tausend Buchverkaufsstellen
- Rund 3,9 Mrd. Euro stationärer Umsatz (42 Prozent des gesamten Branchenumsatzes)
- Rund 26.300 Beschäftigte
- Rund 10 Prozent der Buchhandlungen machen über drei Viertel des Umsatzes.
- Nahezu alle Buchhandlungen verkaufen Bücher auch online.

1. Lage des Buchhandels in Deutschland

Buchhandelsnetz und -umsatz

Deutschland verfügt über ein weit verzweigtes Buchhandelsnetz, das im internationalen Vergleich vorbildlich ist. Insgesamt gibt es rund 5.000 Buchhandlungen (inkl. Filialen, Bahnhofs- und Flughafenbuchhandel) sowie viele Tausend Buchverkaufsstellen. Die Zahl der Buchhandlungen ist rückläufig. Der Sortimentsbuchhandel ist aber nach wie vor der stärkste Vertriebsweg für Bücher: 42 Prozent des Branchenumsatzes werden im Handel vor Ort gemacht. Dieser Anteil ging in den letzten fünfzehn Jahren tendenziell zurück, parallel stieg der Anteil des Online-Handels am Gesamtumsatz. Die Corona-Pandemie hat diese Entwicklung deutlich verstärkt, da das stationäre Geschäft unter monatelangen Ladenschließungen litt. Bereits vor der Pandemie verzeichnete das Online-Geschäft, das auch die Webshops der stationären Buchhandlungen umfasst, ein kontinuierliches Plus: im Jahr 2020 unter dem Einfluss der Pandemie sogar um 20,9 Prozent auf 2,2 Milliarden Euro, während der Umsatz im Handel vor Ort um 9,0 Prozent auf 3,9 Milliarden Euro zurückging. Noch größer ist der Umsatzrückstand des stationären Buchhandels im ersten Halbjahr 2021. Bedingt durch einen noch längeren Shutdown wie 2020 liegt der Umsatz des Buchhandels vor Ort von Januar bis Juni 2021 22,9 Prozent unter dem des Vor-Corona-Jahres 2019. Über alle Vertriebswege hinweg (zzgl. E-Commerce, Bahnhofsbuchhandel, Kauf- und Warenhäuser, Elektro- und Drogeriemärkte) schloss der Buchhandel das erste Halbjahr 2021 im Vergleich zu 2019 mit minus 3,7 Prozent ab.

MEDIENDOSSIER

Umsatz mit Büchern nach Vertriebswegen:

	2018		2019		2020	
	Umsatz in Mio. €	Anteil in %	Umsatz in Mio. €	Anteil in %	Umsatz in Mio. €	Anteil in %
Sortimentsbuchhandel (ohne E-Commerce)	4.274	46,8	4.291	46,2	3.905	42,0
Sonstige Verkaufsstellen	892	9,8	904	9,7	941	10,1
Warenhäuser	120	1,3	121	1,3	38	0,4
Internetbuchhandel	1.780	19,5	1.855	20,0	2.243	24,1
Versandbuchhandel	114	1,2	121	1,3	116	1,2
Verlage direkt	1.919	21,0	1.967	21,2	2.034	21,9
Buchgemeinschaften	36	0,4	33	0,4	27	0,3
Insgesamt	9.134	100,0	9.291	100,0	9.303	100,0

Buchhandelslandschaft

- Von den 5.000 klassischen Buchhandlungen in Deutschland (inkl. Filialen, Bahnhofs- und Flughafenbuchhandel) sind rund 2.900 kleine Buchhandlungen (ohne Filialen), 800 Läden mittelgroßer Unternehmen (2-3 Standorte) sowie 1.300 Läden, die zu Ketten gehören (4 oder mehr Filialen). Darüber hinaus werden Bücher in Deutschland an vielen Tausend Orten verkauft, z.B. an Tankstellen, in Zeitungskiosken, Super- oder Drogeriemärkten.
- Rund 10 Prozent der Buchhandlungen machen über drei Viertel des Umsatzes.
- Es gibt in Deutschland einen unvermindert starken, gut aufgestellten mittelständischen Buchhandel. Dazu gehören einige regionale Filialisten, zahlreiche Nischenbuchhandlungen, aber auch gut sortiertes Allgemeinsortiment vor allem in Ballungsgebieten.
- Bundesweit führend sind die Buchhandelsunternehmen Thalia Mayersche, das 2020 mit dem führenden Regionalfilialisten im Südwesten, Osiander, eine umfangreiche Partnerschaft eingegangen ist, sowie Hugendubel und Weltbild (inkl. Jokers). Daneben gibt es bundesweite Fachbuchhandlungen (z.B. Schweitzer Fachinformationen, Lehmanns Media) und größere Filialisten auf regionaler Ebene (z.B. Pustet, Rupprecht).
- Die Konzentration im Buchhandel nimmt zu: 2019 hatte Thalia bereits den Regionalfilialisten Mayersche übernommen, Anfang 2020 übernahm die Kette mit Decius einen weiteren Regionalfilialisten. 2021 kaufte Thalia Lehmanns Media mit 14 Buchhandlungen sowie zehn Filialen von Weltbild dazu. Im Oktober 2020 haben Thalia Mayersche und Osiander eine „Osiander-Vertriebs-Gesellschaft“ (OVG) gegründet und

MEDIENDOSSIER

wickeln seither IT, Webshop, Einkauf und Logistik gebündelt ab. Was die Filialentwicklung im deutschen Buchhandel betrifft, gab es laut Filialatlas der Fachzeitschrift buchreport im Jahr 2020 854 Standorte von Filialisten, im Vorjahr waren es noch 850.

2. Anzahl der Buchhandlungen

Insgesamt gibt es rund 5.000 Buchhandlungen in Deutschland, inklusive Filialen. Die Zahl dieser Buchhandlungen geht zurück. Indikator dafür ist die Zahl der Mitgliedsbuchhandlungen des Börsenvereins: 2012 lag diese bei 5.248, 2017 bei 4.513 und 2020 bei 4.245 (Zahlen aus dem Adressbuch des Deutschen Buchhandels, Mitgliedsbuchhandlungen inkl. Filialen). Es werden aber auch immer wieder neue Buchhandlungen eröffnet. 2020 sind bundesweit 30 neugegründete Buchhandlungen Mitglied im Börsenverein geworden (2019: 39; 2018: 27; 2017: 37).

Buchhandelsdichte

Die Stadt mit der höchsten Buchhandelsdichte (unter den Städten ab 100.000 Einwohner*innen) ist Göttingen, hier gibt es 5.662 Einwohner*innen pro Buchhandlung. Auf Rang 2 folgt Heidelberg (7.340 Einwohner*innen pro Buchhandlung), auf Platz 3 Würzburg (7.526). Die meisten Buchhandlungen absolut gibt es in Berlin (227 Sortimente), darauf folgen München (119 Buchhandlungen) und Hamburg (107 Buchhandlungen).

3. Online-Geschäft und E-Books im stationären Sortiment

Online-Handel

Der stationäre Buchhandel hat frühzeitig auf den digitalen Wandel reagiert und stellt sich mit neuen Strategien auf den sich verändernden Markt ein. Das Erfolgsrezept heißt Cross-Channeling: Buchhandlungen kombinieren die Vorteile des Handels vor Ort (persönliche Beratung, Einkaufserlebnis) mit denen des Online-Einkaufs (Rund-um-die-Uhr-Bestellung, große Verfügbarkeit).

Nahezu alle deutschen Buchhandlungen sind mit einem eigenen Online-Shop ausgestattet. Die Bedeutung des Online-Vertriebs von gedruckten Büchern und E-Books hängt jedoch stark von der jeweiligen Buchhandlung ab.

In der Corona-Krise konnten Buchhandlungen auf die bereits bestehende digitale Infrastruktur zurückgreifen und sie weiter ausbauen und das mit Erfolg: Mit 27,2 Prozent lag die Zuwachsrate bei den buchhändlerischen Webshops fast viermal so hoch wie bei Amazon mit 7,2 Prozent.

MEDIENDOSSIER

E-Books

- Ein Großteil der Buchhandlungen bietet E-Books und/oder E-Reader an.
- Rund 2.000 Buchhandlungen sind an das Tolino-System angeschlossen.

Der Buchhandel vor Ort fungiert heute auch in Sachen E-Book als professioneller Berater. Rund 2.000 Buchhandlungen in Deutschland verkaufen etwa mittlerweile E-Books über das Tolino-System. 2013 wurde die Tolino-Allianz von Thalia gemeinsam mit Hugendubel, Weltbild, Club Bertelsmann und der Deutschen Telekom gegründet. Im Gegensatz zum Kindle von Amazon ist der Tolino ein offenes System. Das heißt, Kund*innen können ihre E-Books bei jedem teilnehmenden Händler kaufen und sie auch auf anderen offenen E-Readern lesen. Im Hinblick auf den Umsatz hat der Tolino gegenüber dem Kindle inzwischen beim E-Book-Verkauf aufgeholt, sein Marktanteil liegt bei 44 Prozent.

4. Der Buchhandel in der Corona-Krise

Die Corona-Pandemie hat den Buchhandel wirtschaftlich getroffen, allerdings auch große Energie freigesetzt. Die Ladenschließungen im Frühjahr 2020 gingen zunächst mit erheblichen Umsatzeinbußen im stationären Buchhandel einher. Nach der Wiederöffnung der Läden konnte der Buchhandel seinen Umsatzrückstand über alle Vertriebswege von minus 14,9 Prozent (Mitte April) auf minus 0,3 Prozent (Mitte Dezember) verringern. Das rein stationäre Geschäft verbesserte sich von minus 21,1 Prozent Mitte April auf minus 4,5 Prozent Mitte Dezember. Das Weihnachtsgeschäft lief bis zum zweiten Shutdown überdurchschnittlich gut, mit wöchentlichen Umsatzsteigerungen von bis zu 25 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Der zweite Shutdown kurz vor Weihnachten, in der umsatzstärksten Zeit des Jahres, ließ die Aufholjagd dann jäh abreißen und führte zu einem deutlich negativen Jahresergebnis im Buchhandel.

Der Shutdown im Frühjahr 2021 dauerte dann fast doppelt so lange wie der im Jahr 2020. Lediglich in Berlin, Brandenburg und Sachsen-Anhalt waren die Buchhandlungen in dieser Zeit geöffnet, zudem war je nach Region nicht durchgehend Click & Collect erlaubt. Daher ist nach dem ersten Halbjahr 2021 der Rückstand vor allem im Sortimentsbuchhandel groß. Viele Buchhandlungen konnten ihre Online-Umsätze deutlich steigern, allerdings sind diese durch hohe Prozesskosten teuer erkaufte. Unterm Strich bleibt bei vielen ein negatives Betriebsergebnis, und das bei grundsätzlich niedrigen Margen in der Branche. Zudem haben die Innenstädte, die schon vor der Pandemie immer stärker verödet sind, und auch Orte im ländlichen Raum in der Krise weiter bedrohlich an Lebendigkeit und Vielfalt verloren.

Der positive Effekt der Krise: Buchhandlungen haben sich in der Pandemie sehr kreativ, digital gut aufgestellt und kundenorientiert gezeigt. Sie erweiterten während des Shutdowns ihre Stärken des stationären Verkaufs wie individuelle Beratung und persönlichen Service noch stärker als bisher ins Digitale. Sie gaben Buchtipps am Telefon, online und per WhatsApp und belieferten ihre Kund*innen per Lastenfahrrad, per Post oder richteten eine kontaktlose Abholstation ein. Laut GfK haben so 17 Prozent der Deutschen während der Corona-Pandemie erstmals von der Möglichkeit erfahren, Bücher bei ihrer Buchhandlung online oder per Telefon zu bestellen – das sind 11,5 Millionen Menschen. Rund eine Million hat diese Möglichkeit erstmals genutzt.

MEDIENDOSSIER

5. Maßnahmen für die Zukunft

- Cross-Channeling: Verknüpfung der Vorzüge des stationären und des Online-Handels
- Ausbau des Marketings über Veranstaltungen und Kooperationen, Social Media
- Buchhandlung als kultureller Treffpunkt und wichtiger Bestandteil bei der Belebung der Innenstädte

Das Erfolgsrezept für einen Großteil der Buchhandlungen heißt Cross-Channeling. Buchhandlungen verbinden die Vorteile des Online-Services (Rund-um-die-Uhr-Beratung und -bestellung, E-Books) mit denen des stationären Einkaufs: Beratungskompetenz und persönlicher Kontakt. So bieten Buchhändler*innen einen Rundum-Service, den kein reiner Online-Händler bieten kann. Angesichts sinkender Käufer*innenzahlen beschäftigen sich Buchhandlungen intensiv mit Lösungen, wie sie Marketing, Ansprache der Kund*innen und Veranstaltungsformate noch konsequenter auf die Bedürfnisse potenzieller Leser*innen ausrichten können. Unter anderem kommt es darauf an, den Menschen die Orientierung im großen Titelangebot zu erleichtern, den Kund*innen ein Erlebnis rund ums Buch zu schaffen und das Buch verstärkt in den Alltag der Menschen zurück zu bringen. Die Kommunikation über Online-Kanäle wird immer wichtiger. Die Coronakrise war hier für viele ein Motor, ihr digitales Angebot auszubauen, auch über Förderprogramme wie „Neustart Kultur“. So stellen Buchhandlungen Neuerscheinungen über Instagram vor, nehmen Bestellungen via WhatsApp an etc.

Besonders erfolgreich sind Buchhandlungen, die sich als kultureller und gesellschaftlicher Treffpunkt in der Stadt, im Viertel oder im Ort positionieren: Durch Veranstaltungen wie Lesungen, Diskussionen, Kinderprogramme oder Kooperationen mit Schulen, Kindergärten oder anderen Einzelhändlern steigern sie ihre Bekanntheit und werden fester Teil des Stadt- oder Ortslebens.

So kann der Buchhandel mit seiner einzigartigen Verbindung von Einzelhandel und Kulturinstitution, und mit seinem filigranen Netz von über 5.000 Läden eine wichtige Rolle übernehmen, wenn es darum geht, die Innenstädte nach der Pandemie wieder zu beleben. Buchhandlungen sind Dritte Orte par excellence – Räume des gesellschaftlichen Austauschs, des Miteinanders und des öffentlichen Diskurses. Besucher*innen finden dort Inspiration, Entschleunigung und ein angenehmes Umfeld der Offenheit. Gemeinsam mit der Politik gilt es, diese Räume noch weiter auszubauen zu kulturellen Ereignisorten, die weitere Anziehungskraft entfalten und Menschen motivieren können, wieder in die Innenstädte zu kommen.