

Stationärer Buchhandel in Deutschland 2024

Überblick

- Rund 4.400 Buchhandlungen (inkl. Filialen) sowie viele Tausend Buchverkaufsstellen
- Rund 4,08 Mrd. Euro stationärer Umsatz (41,3 Prozent des gesamten Branchenumsatzes)
- Rund 21.700 Beschäftigte
- Rund 10 Prozent der Buchhandlungen machen knapp 80 Prozent 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 4.400 Buchhandlungen (inkl. Filialen, Bahnhofs- und Flughafenbuchhandel) sowie viele Tausend Buchverkaufsstellen. Die Zahl der Buchhandlungen ist rückläufig.

Der Umsatz im Buchhandel vor Ort stieg 2024 im Vergleich zu 2023 um 0,6 Prozent auf 4,079 Milliarden Euro; damit hat der Sortimentsbuchhandel (ohne E-Commerce) einen Anteil von 41,3 Prozent am gesamten Branchenumsatz und blieb 2024 der größte Vertriebsweg für Bücher. Im laufenden Jahr 2025 ist das Geschäft bislang noch verhalten. Der Umsatz vor Ort liegt nach dem ersten Halbjahr 2,9 Prozent hinter dem Vorjahreszeitraum zurück.

Der Umsatzanteil des stationären Sortimentsbuchhandels geht tendenziell zurück, parallel steigt der Anteil des Online-Handels am Gesamtumsatz. Das Online-Geschäft mit Büchern, bei dem etwa die Hälfte auf die Shops der stationären Buchhandlungen entfällt, legte 2024 um 4,4 Prozent zu und kommt jetzt auf Einnahmen in Höhe von 2,509 Milliarden Euro. Der Internetbuchhandel erwirtschaftet damit ein Viertel des Gesamtmarktes (25,4 Prozent).

Das allgemeine Konsumtief, verbunden mit der sinkenden Passantenfrequenz in den Innenstädten und großen Kostensteigerungen stellt den Buchhandel allerdings weiterhin vor Herausforderungen.

MEDIENDOSSIER

Umsatz mit Büchern nach Vertriebswegen:

	2021		2022		2023		2024	
	Umsatz in Mio. €	Anteil in %						
Sortimentsbuchhandel (ohne E-Commerce)	3.764	39,1	3.952	41,9	4.055	41,8	4.079	41,3
Sonstige Verkaufsstellen	1.013	10,5	910	9,6	928	9,6	943	9,5
Warenhäuser	20	0,2	26	0,3	20	0,2	21	0,2
Internetbuchhandel	2.606	27,1	2.278	24,1	2.403	24,8	2.509	25,4
Versandbuchhandel	107	1,1	77	0,8	79	0,8	73	0,7
Verlage direkt	2.089	21,7	2.178	23,1	2.196	22,6	2.244	22,7
Buchgemeinschaften	31	0,3	24	0,3	25	0,3	15	0,1
Insgesamt	9.630	100,0	9.444	100,0	9.707	100,0	9.882	100,0

2. Buchhandelslandschaft

Anzahl der Buchhandlungen

Insgesamt gibt es rund 4.400 Buchhandlungen in Deutschland (inkl. Filialen, Bahnhofs- und Flughafenbuchhandel). Davon sind rund 2.550 kleine Buchhandlungen (ohne Filialen), rund 650 Läden mittelgroßer Unternehmen (2-3 Standorte) sowie etwa 1.200 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.

Die Zahl der Buchhandlungen ging in den letzten Jahren zurück. 2015 gab es noch rund 5.200 Buchhandlungen, 2020 noch rund 4.700. Es werden aber auch immer wieder neue Buchhandlungen eröffnet. 2024 sind bundesweit 32 neugegründete Buchhandlungen Mitglied im Börsenverein geworden (2023: 29, 2022: 41, 2021: 53).

MEDIENDOSSIER

Marktstruktur und -entwicklung

- Es gibt in Deutschland einen unvermindert starken, gut aufgestellten mittelständischen Buchhandel. Dazu gehören einige regionale Filialisten, zahlreiche Nischenbuchhandlungen, aber auch gut sortierte Allgemeinsortimente vor allem in Ballungsgebieten.
- Bundesweit führend sind die Buchhandelsunternehmen Thalia und Hugendubel. Daneben gibt es bundesweite Fachbuchhandlungen (z.B. Schweitzer Fachinformationen, Stein'sche, Lehmanns Media) und größere Filialisten auf regionaler Ebene (z.B. Pustet, Rupprecht).
- Die Konzentration im Buchhandel nimmt zu: Thalia hat seit 2019 etliche Buchhandlungen übernommen – sowohl einzelne Buchhandlungen als auch Ketten wie die Mayersche, Decius oder Lehmanns Media. 2020 gründeten Thalia und Osiander eine „Osiander-Vertriebs-Gesellschaft“ (OVG) und wickeln seither IT, Webshop, Einkauf und Logistik gebündelt ab. Zudem bietet Thalia ein Partnermodell für Buchhandlungen an, bei dem diese weiter selbstständig ihre Buchhandlung betreiben, aber die technische Infrastruktur und den zentralen Einkauf von Thalia nutzen.
- Was die Filialflächenentwicklung im deutschen Buchhandel betrifft, hat sich in den letzten Jahren nur noch wenig verändert. Die Flächenbereinigung scheint fürs erste abgeschlossen und die Fluktuation der Filialstandorte normalisiert sich.
- Rund 10 Prozent der Buchhandlungen machen zusammen fast 80 Prozent des Umsatzes.

Buchhandelsdichte

Die Stadt mit der höchsten Buchhandelsdichte (unter den Städten ab 100.000 Einwohner*innen) ist Göttingen, hier entfällt auf 7.516 Einwohner*innen eine Buchhandlung. Auf Rang 2 folgt Heidelberg (8.577 Einwohner*innen pro Buchhandlung), auf Platz 3 Regensburg (8.859). Die meisten Buchhandlungen absolut gibt es in Berlin (210 Sortimente), darauf folgen Hamburg (99 Buchhandlungen) und München (97 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.

MEDIENDOSSIER

E-Books

- Ein Großteil der Buchhandlungen bietet E-Books und/oder E-Reader an.
- Über 1.800 Buchhandlungen sind an das Tolino-System angeschlossen.

Der Buchhandel vor Ort fungiert heute auch in Sachen E-Book als professioneller Berater. Über das Tolino-System, hinter dem der Zusammenschluss von Thalia, Hugendubel, Osiander und dem Barsortiment Libri mit rund 1.300 unabhängigen Buchhandlungen steht, verkaufen über 1.800 Buchhandlungen in Deutschland E-Books.

Im Gegensatz zum Kindle von Amazon ist der Tolino ein offenes System, das aus der Buchbranche heraus gegründet wurde. 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 hatte der Tolino 2024 einen Marktanteil beim E-Book-Verkauf von rund 40 Prozent.

4. Aktuelle Herausforderungen

Die Pandemie hat die Verödung der Innenstädte beschleunigt: Stadtzentren und auch Orte im ländlichen Raum haben in der Krise weiter bedrohlich an Lebendigkeit und Vielfalt verloren.

Eine durch Konsumflaute, Inflation und anhaltend hohe Kosten wirtschaftlich angespannte Lage stellt Buchhändler*innen vor weitere Herausforderungen. Die Zunahme von Nachweis- und Berichtspflichten sorgt für einen erhöhten Bürokratieaufwand. Personal ist sogar in zweierlei Hinsicht problematisch: Die Nachwuchsgewinnung gestaltet sich sehr schwierig und die Kosten steigen.

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.

Interessanterweise kehrt gerade die junge Generation wieder verstärkt in den Buchhandel vor Ort zurück und lässt sich besonders gern vom Angebot in der Buchhandlung inspirieren. Das zeigt zum Beispiel eine von der

MEDIENDOSSIER

Arbeitsgemeinschaft von Jugendbuchverlagen und dem Börsenverein vorgestellte Studie „Bock auf Buch!“ (www.boersenverein.de/bockaufbuch).

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 zurückzubringen. Die Kommunikation über Online-Kanäle wird dabei immer wichtiger, gerade im Hinblick auf das wachsende Interesse junger Zielgruppen. So stellen Buchhandlungen Neuerscheinungen über Instagram vor, nehmen Bestellungen via WhatsApp an oder präsentieren z.B. Titel, die auf BookTok trenden mit Büchertischen im Laden. Viele nutzen dafür die BookTok-Bestsellerliste von Media Control und TikTok, die monatlich im Fachmagazin Börsenblatt erscheint.

Bei den TikTok Book Awards, die auf der Frankfurter Buchmesse verliehen werden, gab es 2024 eine neue Kategorie: die #BookTok Indie Buchhandlung des Jahres. Ausgezeichnet wird die beliebteste Unabhängige Buchhandlung, die auf der Plattform TikTok ihre Community begeistert.

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 rund 4.400 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.