

Stationärer Buchhandel in Deutschland 2018

Überblick

- Rund 6.000 Buchhandlungen (inkl. Filialen und Buchverkaufsstellen)
- Rund 4,3 Mrd. Euro Umsatz (46,8 Prozent des gesamten Buchhandelsumsatzes)
- 27.500 Beschäftigte
- Rund 10 Prozent der Buchhandlungen machen über drei Viertel des Umsatzes.
- Etwa 90 Prozent der Buchhandlungen sind kleinere, unabhängige Buchläden.
- Rund zwei Drittel der 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 6.000 Buchhandlungen (inkl. Filialen und Buchverkaufsstellen). Die Zahl der Buchhandlungen ist rückläufig. Der Sortimentsbuchhandel ist nach wie vor der stärkste Vertriebsweg für Bücher: Rund die Hälfte des Buchhandelsumsatzes wird im Handel vor Ort gemacht. Dieser Anteil ging in den letzten fünfzehn Jahren tendenziell zurück, parallel stieg der Anteil des Online-Handels am Gesamtumsatz. In den letzten drei Jahren verzeichnete das Online-Geschäft, das auch die Webshops der Buchhandlungen umfasst, ein kontinuierliches Plus – im Jahr 2018 von 4,0 Prozent gegenüber dem Vorjahr, während der Umsatz im Handel vor Ort um 0,7 Prozent zurückging. Die rückläufige Kundenfrequenz in den Innenstädten macht sich auch im Buchhandel bemerkbar. Zudem bekommt der Buchhandel den allgemeinen Rückgang an Buchkäufern zu spüren.

MEDIENDOSSIER

Umsatz mit Büchern nach Vertriebswegen:

	2016		2017		2018	
	Umsatz in Mio €	Anteil in %	Umsatz in Mio €	Anteil in %	Umsatz in Mio €	Anteil in %
Sortimentsbuchhandel (ohne E-Commerce)	4.392	47,3	4.304	47,1	4.274	46,8
Sonstige Verkaufsstellen	935	10,1	892	9,8	892	9,8
Warenhäuser	131	1,4	127	1,4	120	1,3
Internetbuchhandel	1.687	18,2	1.712	18,8	1.780	19,5
Versandbuchhandel	162	1,7	128	1,4	114	1,2
Verlage direkt	1.942	20,9	1.942	21,3	1.919	21,0
Buchgemeinschaften	27	0,3	26	0,3	36	0,4
Insgesamt	9.276	100,0	9.131	100,0	9.134	100,0

Buchhandelslandschaft

- Von den rund 6.000 Sortimenten sind etwa 4.700 klassische Buchhandlungen (inkl. Filialen), die sich unterteilen in 3.500 kleine, unabhängige Buchhandlungen und 1.200 kettenzugehörige Buchhandlungen. Daneben gibt es über 1.300 Buchverkaufsstellen, bei denen Bücher nicht das Kernsortiment bilden, jedoch einen gewissen Raum einnehmen (z.B. Tankstellen, größere Lebensmitteleinzelhändler).
- 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 inkl. Mayersche, Hugendubel und Weltbild (inkl. Jokers). Daneben gibt es bundesweite Fachbuchhandlungen (z.B. Schweitzer Fachinformationen, Lehmanns Media) und größere Filialisten auf regionaler Ebene (z.B. Osiander, Rupprecht). Etwa 90 Prozent der Buchhandelsunternehmen sind kleinere, unabhängige Buchläden.
- Die Konsolidierung der Buchhandelslandschaft ist weitgehend abgeschlossen. Die großen Filialisten haben in den vergangenen Jahren Verkaufsflächen reduziert, in die sie Anfang der 2000er Jahre investiert haben, und Filialen geschlossen. Doch die Lage stabilisiert sich. Während 2015 noch 20.000 Quadratmeter Verkaufsfläche verschwanden, verringerte sich seit 2016 die Verkaufsfläche der Filialisten nicht mehr in nennenswertem Umfang. Nur noch 28 Filialen wurden 2018 geschlossen, dafür 60 neue eröffnet. Auch bei den kleinen Buchhandlungen mussten zahlreiche ihr Geschäft aufgeben, es gab aber auch etliche Neugründungen (s. auch Abschnitt 4).

MEDIENDOSSIER

- Eine mittelgroße Buchhandlung mit 200 Quadratmetern Fläche hat – je nach Laden- und Sortimentsgestaltung – zwischen 10.000 und 15.000 Bücher vorrätig.

Online-Handel

Der stationäre Buchhandel hat frühzeitig auf den digitalen Wandel reagiert und stellt sich mit neuen Strategien auf den sich verändernden Markt ein. Buchhandlungen kombinieren die Vorteile des Handels vor Ort (persönliche Beratung, Einkaufserlebnis) mit denen des Online-Einkaufs (Rund-um-die-Uhr-Bestellung, große Verfügbarkeit). Die meisten Buchhandlungen betreiben erfolgreiches Cross-Channeling und verkaufen ihre Bücher sowohl im Ladenlokal als auch online. Große wie kleine Sortimenter entwickeln neue Ladenkonzepte und Vertriebsstrategien, um ihr Unternehmen zukunftssicher zu machen.

2. Umsatzentwicklung des Sortiments- und Onlinebuchhandels

Der stationäre Handel erwirtschaftete 2018 einen Umsatz von 4,27 Milliarden Euro. Damit ist er nach wie vor der wichtigste Vertriebsweg für Bücher, hat aber im Vergleich zum Vorjahr erneut leicht verloren (minus 0,7 Prozent). Damit macht das Sortiment derzeit noch 46,8 Prozent des gesamten Branchenumsatzes aus (2017: 47,1 Prozent). Der Online-Buchhandel hingegen konnte seinen Umsatz erneut steigern und verzeichnete 2018 ein Plus von 4 Prozent. Der Anteil des Internetgeschäfts am Gesamtumsatz beläuft sich auf 19,5 Prozent. Dazu zählen auch die Verkäufe über die Webshops der Buchhandlungen. Der Umsatz des gesamten Buchmarktes ist 2018 im Vergleich zum Vorjahr gleichgeblieben. Diese Entwicklung zeigt sich auch im Zehn-Jahres-Vergleich: Trotz deutlich wachsender Medienkonkurrenz bleibt der Umsatz hier stabil.

3. Online-Geschäft im Stationären Sortiment

E-Book-Markt

- Über 80 Prozent der Sortimenter bieten E-Books und/oder E-Reader an.
- Rund 1.500 Buchhandlungen sind an das Tolino-System angeschlossen.

Der Buchhandel vor Ort fungiert heute auch in Sachen E-Book als professioneller Berater. Über 80 Prozent der Sortimenter bieten E-Books und/oder E-Reader an. Rund 1.500 Buchhandlungen in Deutschland verkaufen 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. Die Deutsche Telekom ist im Januar 2017 als Technikpartner ausgestiegen – ihre Anteile hat der japanische Online-Händler Rakuten Kobo übernommen. Im Gegensatz zum Kindle von Amazon ist der Tolino ein offenes System. Das heißt, Kunden können ihre E-Books bei jedem

MEDIENDOSSIER

teilnehmenden Händler kaufen und sie auch auf anderen offenen E-Readern lesen. Seit Ende 2014 ist auch der unabhängige Buchhandel an die Tolino-Allianz angeschlossen, 2015 gewann sie die großen Regionalfilialisten Mayersche und Osiander hinzu. Im Hinblick auf den Umsatz hat der Tolino gegenüber dem Kindle inzwischen beim E-Book-Verkauf aufgeholt, sein Marktanteil liegt bei rund 40 Prozent.

Online-Präsenz von Buchhandlungen

- Die Bedeutung des Online-Handels für Buchhandlungen wächst.
- Rund zwei Drittel der Buchhandlungen sind mit einem eigenen Online-Shop ausgestattet.

Die Online-Umsätze im Buchhandel wachsen. Die Bedeutung des Online-Vertriebs von gedruckten Büchern und E-Books hängt stark von der jeweiligen Buchhandlung ab. Thalia etwa macht im Internet circa 20 Prozent des Gesamtumsatzes, eine mittelgroße Buchhandlung wie Graff in Braunschweig 7,7 Prozent, kleinere Buchhandlungen liegen meist darunter.

4. Anzahl der Buchhandlungen

Insgesamt gibt es rund 6.000 Buchhandlungen in Deutschland, inklusive Filialen und Buchverkaufsstellen. Die Zahl dieser Buchhandlungen geht zurück. Indikator dafür ist die Zahl der Mitgliedsbuchhandlungen des Börsenvereins: 2012 lag diese bei 5.248, 2015 bei 4.724 und 2018 bei 4.421 (Zahlen aus dem Adressbuch des Deutschen Buchhandels, Buchhandlungen inkl. Filialen). Es werden aber auch immer wieder neue Buchhandlungen eröffnet. 2018 sind bundesweit 37 neugegründete Buchhandlungen Mitglied im Börsenverein geworden (2017: 37; 2016: 45).

Buchhandelsdichte

Die Stadt mit der höchsten Buchhandelsdichte ist Göttingen, hier gibt es 5.976 Einwohner pro Buchhandlung. Auf Rang 2 folgt Heidelberg (6.692 Einwohner pro Buchhandlung), auf Platz 3 Würzburg (7.449). Die meisten Buchhandlungen absolut gibt es in Berlin (238 Sortimente).

5. Maßnahmen für die Zukunft

- Cross-Channeling: Verknüpfung der Vorzüge des stationären und des Online-Handels
- Buchhandlung als kultureller Treffpunkt
- Ausbau des Marketings über Veranstaltungen und Kooperationen

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: die Beratungskompetenz und der persönliche Kontakt. So bieten Buchhändlerinnen und Buchhändler den Kunden einen Rundum-Service, den kein reiner

MEDIENDOSSIER

Online-Händler bieten kann. Angesichts sinkender Käuferzahlen beschäftigen sich Buchhandlungen intensiv mit Lösungen, wie sie Marketing, Kundenansprache und Veranstaltungsformate noch konsequenter auf die Bedürfnisse potenzieller Leserinnen und Leser ausrichten können. Unter anderem kommt es darauf an, den Menschen die Orientierung im großen Titelangbot zu erleichtern, den Kunden ein Erlebnis rund ums Buch zu schaffen und das Buch verstärkt in den Alltag der Menschen zurück zu bringen.

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. Auch innovative Ladenkonzepte oder eine klare Spezialisierung auf eine Nische zahlen sich aus. Seit 2015 zeichnet die Kulturstaatsministerin kleine, unabhängige Buchhandlungen, die sich in diesen Feldern besonders engagieren, mit dem Deutschen Buchhandlungspreis aus.