

Barbara Blaha

Von Riesen und Zwergen

Zum Strukturwandel
im verbreitenden Buchhandel
in Deutschland und Österreich

vwh

Verlag Werner Hülsbusch
Fachverlag für Medientechnik und -wirtschaft

B. Blaha: Von Riesen und Zwergen

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet unter <http://d-nb.de> abrufbar.

© Verlag Werner Hülsbusch, Boizenburg, 2011

vwh Verlag Werner Hülsbusch
Fachverlag für Medientechnik und -wirtschaft

www.vwh-verlag.de

Alle Rechte vorbehalten.

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt.

Jede Verwertung außerhalb des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlages unzulässig und strafbar. Dies gilt insbesondere für Vervielfältigungen jeder Art, Übersetzungen und die Einspeicherung in elektronische Systeme.

Markenerklärung: Die in diesem Werk wiedergegebenen Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenzeichen usw. können auch ohne besondere Kennzeichnung geschützte Marken sein und als solche den gesetzlichen Bestimmungen unterliegen.

Lektorat und Satz: Werner Hülsbusch

Umschlag: design of media, Lüchow

Druck und Bindung: Kunsthaus Schwanheide

Printed in Germany

ISBN: 978-3-940317-93-3

Inhaltsverzeichnis

	Vorwort	7
1	Einleitung	9
1.1	Gegenstand	9
1.2	Vorgehensweise	11
1.3	Forschungsstand und Quellenlage	13
2	Die Struktur des Bucheinzelhandels	17
2.1	Der Sortimentsbuchhandel	18
2.2	Versand- und Internetbuchhandel	22
2.3	Sonstige Verkaufsstellen	24
2.4	Warenhäuser	25
2.5	Buchgemeinschaften	25
2.6	Direktvertrieb der Verlage	26
3	Der Strukturwandel im Bucheinzelhandel	29
3.1	Begriffsdefinition und Merkmale	29
3.2	Ursachen des Strukturwandels	30
3.3	Merkmale des Strukturwandels	31
3.3.1	Veränderungen der Umsatzanteile im stationären Buchhandel	32
3.3.1.1	Umsatzverschiebung zugunsten der Großflächen	32
3.3.1.2	Diversifikation des Sortiments	34
3.3.2	Verschiebung der Umsatzanteile zugunsten des Online- und Direkthandels	36
3.4	Auswirkungen des Strukturwandels	39
4	Der Konzentrationsprozess im verbreitenden Buchhandel	43
4.1	Begriffsklärung	43
4.1.1	Art der Konzentration im Sortimentsbuchhandel	44
4.1.1.1	Absolute Konzentration in Deutschland	44
4.1.1.2	Absolute Konzentration in Österreich	46
4.1.2.1	Relative Konzentration in Deutschland	48
4.1.2.2	Relative Konzentration in Österreich	50
4.2	Formen der Konzentration	54
4.3	Ursachen der Konzentration	56
4.3.1	Staatliche Rahmenbedingungen	57
4.3.1.1	Die Buchpreisbindung	58

4.3.1.2	Regeln des Buchhandels	58
4.3.1.3	Kartellrechtliche Beschränkungen	60
4.3.2	Unvollständigkeit der Kapitalmärkte	60
4.3.3	Größenvorteile	61
4.3.4	Forschung und Entwicklung	65
4.3.5	Werbung	66
4.3.6	Motive der Beteiligten	66
4.4	Wirkung der Konzentration	66
5	Bedeutung der Leser/innen für den Strukturwandel	75
5.1	Rahmenbedingungen und Medienkonkurrenz	75
5.2	Buchkauf und Buchnutzung	80
5.3	Lesegewohnheiten	81
5.4	Lesesozialisation	83
5.5	Neue Medien und Bildschirmlesen	84
5.6	Das Buchkaufverhalten in der Erlebnisgesellschaft	86
5.6.1	Rolle und Erwartungen der Konsument/innen	87
5.6.2	Anstöße zum Buch	88
	5.6.2.1 Sources of Awareness	88
	5.6.2.2 Wunsch nach Orientierung	90
6	Strategien der Marktteilnehmer/innen im Strukturwandel	93
6.1	Strategien des unabhängigen Sortiments	93
6.1.1	Interessenvertretungen und Einkaufsgemeinschaften	94
6.1.2	Strategien der Unternehmensausrichtung	98
	6.1.2.1 Marktdurchdringung	98
	6.1.2.2 Markterweiterung und Produktinnovationen	99
6.2	Strategien der Verlage	101
6.2.1	Interessenvertretungen	101
6.2.2	Vertriebsgemeinschaften	102
6.2.3	Ausbau des Direktvertriebs	104
7	Zukunftsperspektiven und Prognosen	105
7.1	Buchhändler/innen als „Medienhändler/innen“?	109
7.2	Das digitale Buch	111
8	Zusammenfassung	117
	Literaturverzeichnis	121
	Register	133