

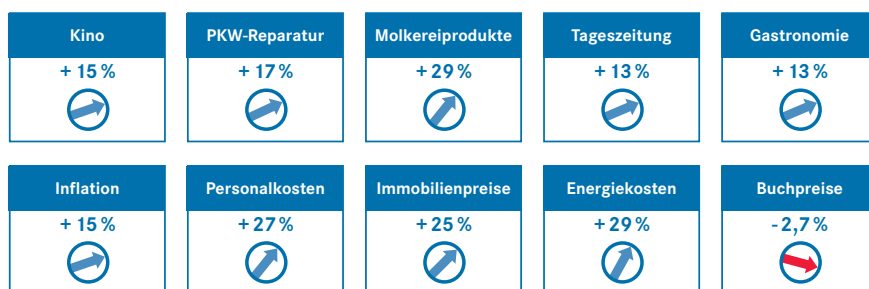
Ohne Trendwende bei der Preisentwicklung gefährdet die Buchbranche sich selbst



Liebe Geschäftspartner,

das Thema der Entwicklung der Ladenpreise ist eines der größten Probleme in unserer Branche und treibt mich wirklich um. Seit Jahren liefern wir Zahlen zur Entwicklung des Ladenpreises an die Branchenpresse, mit einem ernüchternden Ergebnis: Seit 10 Jahren gibt es keine Steigerung der Buchpreise mehr, im Gegenteil eine Reduktion von -2,7% ! Wir befinden uns aber in einem Umfeld, in dem das Meiste teurer wird, und so steuern wir auf ein gewaltiges Problem zu: die Kosten laufen uns davon! In vielen anderen Branchen gehen die Preise der Produkte oder Dienstleistungen kontinuierlich nach oben, sodass damit die steigenden Kosten ganz oder zumindest teilweise abgedeckt werden können.

Wann wacht die Buchbranche endlich auf?



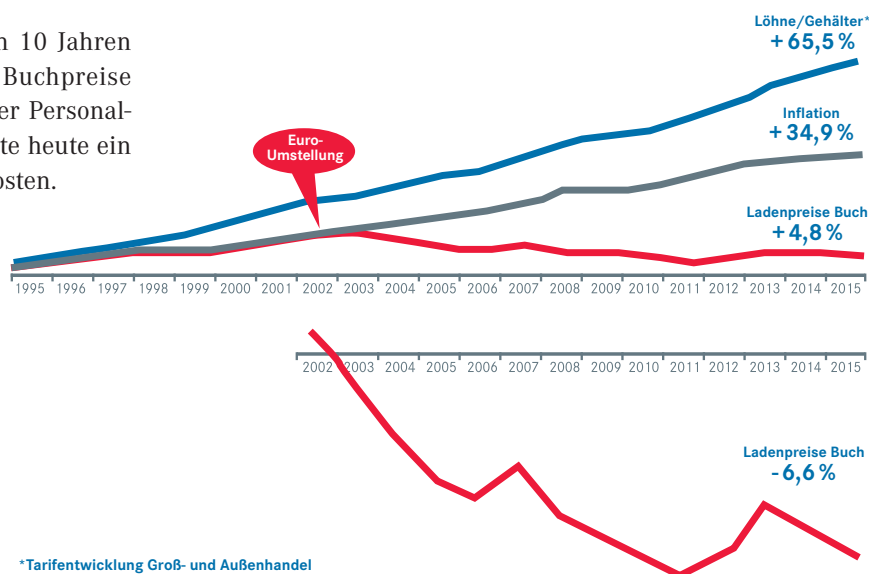
Datenerhebung 2005 – 2015

Quelle: Statistisches Bundesamt, Juli 2016

Der Blick auf die Langzeitanalyse über 20 Jahre zeigt, dass wir schon mal eine vernünftige Entwicklung der Buchpreise hatten, die zwar bei Weitem nicht die Steigerung der Personalkosten kompensiert hat, aber zumindest die Inflationsquote ausgeglichen hat. Seit der Euro-Einführung 2002 ist ein Knick in der Entwicklung der Buchpreise zu erkennen. Andere Branchen werden seitdem auch in Euro bezahlt, waren mit Preiserhöhungen sehr viel mutiger und hatten dabei auch mit ihren Problemen zu kämpfen. Nach diversen Untersuchungen und Erfahrungen von mutigeren Verlagen ist die Preissensibilität bei den Buchkäufern sehr viel geringer als angenommen.

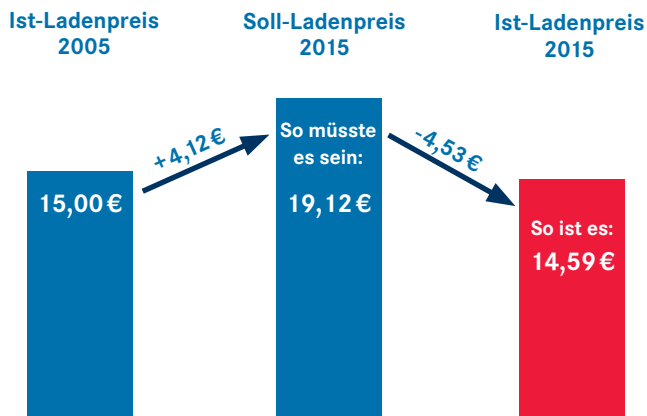
Warum sägen wir am eigenen Ast?

Hätten wir in den letzten 10 Jahren eine Entwicklung der Buchpreise parallel zur Steigerung der Personalkosten realisiert, so müsste heute ein Buch 19,12 € statt 15 € kosten.



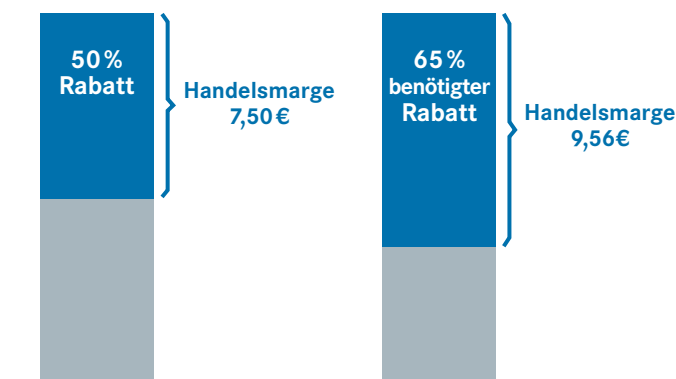
Rückschritt statt Fortschritt

Alternativ wären 15 Prozentpunkte mehr Rabatt notwendig, um die nicht erfolgten Preiserhöhungen zu kompensieren. Solche Rabatte können sich Verlage nicht leisten, legen aber die Preise fest, so dass die Probleme einer höchst problematischen Preisentwicklung am Handel hängen bleiben.



Auch eine andere Betrachtungsweise ändert nichts an der Tatsache!

Ladenpreis 2005: 15,00 € Notwendiger Ladenpreis 2015: 19,12 €
Ist-Ladenpreis 2015: 14,59 €

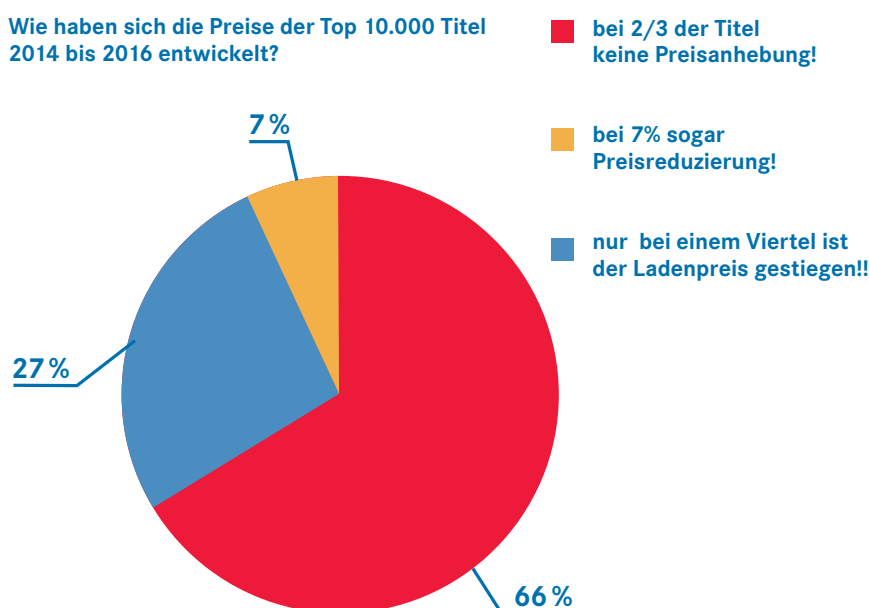


Selbst bei Bestsellern fehlt der Mut zu angemessenen Preiserhöhungen. Gerade bei solchen Titeln erlaubt doch die Nachfrage die Möglichkeit von Preisadjustierungen in regelmäßigen Abständen oder von Auflage zu Auflage eine angemessene Steigerung.

Unglaubliche Stagnation: Bei 3/4 der Bestseller 2014 keinerlei Entwicklung

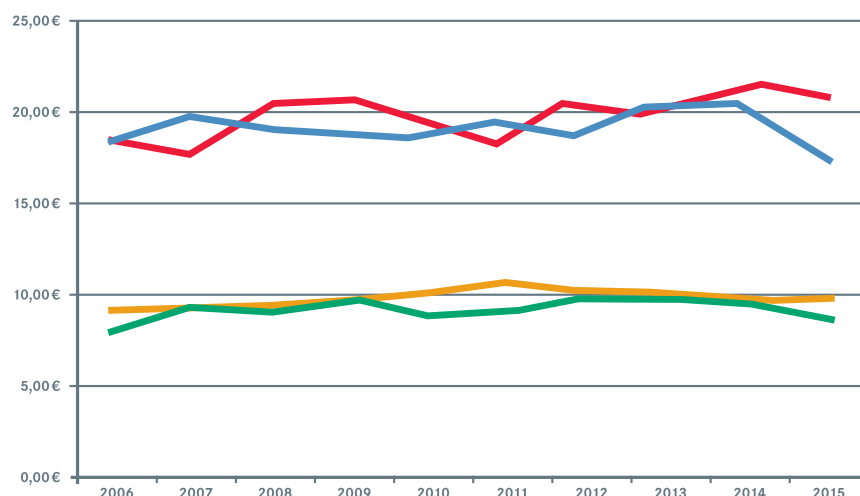
Die gefühlten Preisgrenzen um 10 bzw. um 20 Euro wirken wie ein Korsett auf uns, das leider immer enger wird, weil uns die Kosten davonlaufen. Der Zustand der Ohnmacht kommt damit auf uns alle zu. Die Argumente, warum Preisgrenzen nicht überschritten werden dürfen und welche negativen Effekte sich in Einzelfällen hieraus ergeben haben, werden in unserer Branche hoch und runterdiskutiert und viel zu ernst genommen. In anderen Branchen wurden diese Preisgrenzen auch überschritten. Auch bei einem Ferrero Kinder-Überraschungs-Ei wurde schon vor Jahren die 1 €-Grenze geknackt.

Wie haben sich die Preise der Top 10.000 Titel 2014 bis 2016 entwickelt?



Sind die Preisgrenzen in Stein gemeißelt?

- Hardcover Belletristik
- Hardcover Sachbuch
- Taschenbuch Belletristik
- Taschenbuch Sachbuch



Quelle: Spiegel-Bestsellerlisten

Die Preisentwicklung von Büchern war über viel zu viele Jahre völlig unzureichend. Die Kosten sind für alle Branchenteilnehmer gestiegen, die Profitabilität ist gesunken. Auch mit Effekten aus Rationalisierung und Wachstum kann die Schere zwischen Kosten- und Preisentwicklung nicht aufgefangen werden, auch nicht bei großen und bestens organisierten Unternehmen, die ihren Renditezielen seit Jahren hinterherlaufen. Das Ansehen unserer Buchbranche ist auch bei den Banken gesunken, weil die Renditefähigkeit der meisten Marktteilnehmer sich deutlich reduziert hat. Das liegt nicht an der grundsätzlichen Volumenentwicklung des Buchmarkts, der trotz aller Unkenrufe erstaunlich stabil ist, auch nicht an einer Konkurrenz durch das E-book oder einer Veränderung der Vertriebskanäle Richtung E-Commerce, sondern in aller erster Linie an der mangelnden Entwicklung der Preise. Wenn hier nicht eine deutliche Trendwende erreicht wird, wird das katastrophale Auswirkungen haben. Der Handel muss auf eine Trendwende bei der Preisfestsetzung durch die Verlage bestehen und klar die Konsequenzen aufzeigen, wenn das nicht erfolgt. Bei den Jahresgesprächen zwischen Handel und Verlagen sollte die Preisentwicklung über die letzten 10 oder 20 Jahre ein fester und wichtiger Tagesordnungspunkt sein.

Neben entsprechenden Statistiken hierzu sollten Maßnahmen vereinbart werden, damit die negativen Effekte aufgrund von Preiserhöhungen reduziert werden. Es muss um die Einsicht geworben werden, dass Preiserhöhungen notwendig und ganz normal sind und sich sehr viel stärker an der Entwicklung der Kosten orientieren müssen.

Der Handel muss hier aber auch seinen Beitrag leisten, dass angemessene Steigerungen von Buchpreisen akzeptiert und erfolgreich umgesetzt werden können. Viel zu lange dauert das gegenseitige Fingerpointing zwischen Verlagen und Händlern. Auf allen Seiten sollte es eines der Top-Jahresziele werden, wie man Preissteigerungen positiv umsetzen und begleiten kann. Händler können schon beim Einkauf Einfluss nehmen, indem sie Ware mit höheren Preisen bevorzugen und auf Preisbrecher verzichten. Das bedeutet nicht, dass man immer das teurere Buch einer Titelalternative einkaufen sollte. Es ist sicher eine Herausforderung, dann auch bei den Buchkäufern eine Wertigkeit der Ware herauszustellen, ob im Verkaufsgespräch oder bei der Präsentation. Warum liegt so viel Ramsch und Billigware oft auf den besten Präsentationsplätzen. Auch hier gibt es kein Schwarz oder Weiß, nach dem Motto: die teureren Bücher

auf die besten Plätze und die billigen auf die schlechten, nein es geht um eine gesunde Mischung, allerdings mit einer klaren Fokussierung, dass gute Präsentationsplätze viel mehr dafür genutzt werden sollten, Titel zu unterstützen, die höhere Preise haben oder bei denen ein Verlag mutig war, die Preise zu erhöhen. Um eine nachhaltige Unterstützung beim Verkaufspersonal zu erreichen, muss erst einmal ein Verständnis für die Notwendigkeit und Machbarkeit von Preiserhöhungen geschaffen werden, um dann konkrete Maßnahmen bezüglich Einkauf, Präsentation und Verkaufsgespräch zu vereinbaren. Über eine Auswertung der Entwicklung des Kassenzettels beziehungsweise des Positionswerts kann eine Kontrolle und auch Honorierung erfolgen.

Wenn man in einem stagnierenden beziehungsweise leicht rückläufigen Markt sich nicht traut, die Preise zu erhöhen, dann wird das irgendwann existenzgefährdend. Die Frage ist doch: Wieviel weniger Bücher hätten wir als Buchbranche verkauft, wenn wir in den letzten 15 Jahren jedes Jahr die Preise um zumindest 1% erhöht hätten, und wie würde dann die Rendite aussehen.

Mit besten Grüßen
Ihr Oliver Voerster