

SCHWERPUNKT

Buchbranche



Auch wenn E-Books und Downloads bei Hörbüchern auf dem Vormarsch sind: Das gedruckte Buch findet seine Käufer

SPANNENDE SEITEN

Berlin bietet Verlagen, Literaturagenturen und dem Buchhandel ein kreatives Umfeld für gute Geschäfte. Zwischen Digitalisierung und Pandemie sucht die Branche ihren Weg

von *Almut Kaspar*

Als Papiergroßhändler Leopold Ullstein 1877 in Berlin den Ullstein-Verlag gründete, machte er die Eule zum Markenzeichen.

Und im Zeichen der Eule wurde Zeitungsgeschichte geschrieben: Bei Ullstein erschienen etwa die „Berliner Morgenpost“ und die „Berliner Illustrierte Zeitung“. Nach dem Tod des Verlegers im Jahr 1899 führten seine fünf Söhne das Unternehmen weiter und waren ab 1903 auch mit Büchern erfolgreich. Im Ullstein Buchverlag veröffentlichten renommierte Autoren wie Carl Zuckmayer, Bertolt Brecht oder Lion Feuchtwanger. Liberalität, Toleranz, Weltoffenheit – dieser Dreiklang prägte von Anfang an den Geist des Verlags.

„Auch heute noch ist Ullstein der Aufklärung, der Literatur und der Unterhaltung verpflichtet“, sagt der verlegerische Geschäftsführer Karsten Kredel. „Der Verlag steht für programmatische Vielfalt und erhält seine Identität durch unverwechselbare Stimmen von Autorinnen und Autoren, durch die Persönlichkeit der Menschen, die hier arbeiten, und durch seine Verwurzelung in Berlin.“ Seit 2004 residieren die Ullstein Buchverlage – neben Ullstein neun weitere Marken wie Econ, List oder Propyläen – an der Fried- »

”

Verlage sehen uns als professionelle Vermittler, die das Potenzial von Büchern einschätzen können.

Heinke Hager

425

Buchverlage haben ihren Sitz in Berlin – mehr als irgendwo sonst in Deutschland. 2020 veröffentlichten die insgesamt fast 10.700 Titel.

Heinke Hager
Geschäftsführerin
Graf & Graf GmbH

Die Literatur- und Medienagentur wurde 1995 von der Journalistin und Übersetzerin Karin Graf gegründet. Jährlich erscheinen 90 bis 100 Titel der von ihr vertretenen Autorinnen und Autoren bei rund 40 Verlagen. Verträge werden zudem auch für Filmrechte ausgehandelt.

richstraße in einem ehemaligen Gymnasium, das nach Plänen von Architekt David Chipperfield umgebaut und erweitert wurde.

„Bei Ullstein und seinen Imprints erscheinen pro Jahr rund 400 neue Titel, nahezu alle davon auch als E-Books“, erklärt Verleger Kredel. „Jedes unserer Programme und Labels, sowohl in der Belletristik als auch im Sachbuch, hat eine eigene verlegerische Handschrift.“ Die Ullstein Buchverlage sind eine 100-prozentige Tochter des schwedischen Medienkonzerns Bonnier. „Die Zugehörigkeit zu Bonnier Media Deutschland und der Austausch mit der Holding sowie mit unseren Schwesterverlagen schafft großartige Möglichkeiten, engt uns aber nicht ein“, sagt Kredel. „Die Verlage arbeiten eigenständig und dezentral, sie sollen ihre Identität nicht nur bewahren, sondern stärken.“ Zu Ullsteins Schwesterverlagen gehören beispielsweise Carlsen, Piper oder Hörbuch Hamburg, bei dem viele Ullstein-Hörbuch-Lizenzangaben erscheinen und für den Ullstein den Vertrieb der CD-Ausgaben übernimmt.

Durch die Corona-Krise sei das Unternehmen mit seinen rund 100 Beschäftigten relativ unbeschadet gekommen. „Wenn Buchläden geschlossen sind, ist unser Geschäft beeinträchtigt – das ist klar“, sagt Kredel. „Doch die Pandemie hat auch gezeigt, wie stabil unsere Branche ist: Bei Ullstein hatten wir zuletzt ein außergewöhnlich gutes Jahr und erleben ein mindestens solides, was viel damit zu tun hat, dass die Menschen unverändert Bücher lesen wollen.“ Corona habe vor allem den Anteil des Online-Geschäfts steigen lassen. 2020 lag der Umsatz bei knapp 50 Mio. Euro, in diesem Jahr wird er leicht darunter landen.

Viele Verlage, reichlich Neuerscheinungen

Berlin ist nicht nur die Hauptstadt der Buchverlage, in keiner anderen deutschen Stadt erscheinen zudem jährlich so viele neue Titel. Nach Angaben des Landesverbands Berlin-Brandenburg des Börsenvereins des Deutschen Buchhandels haben 425 Buchverlage, die im vergangenen Jahr insgesamt 10.667 neue Bücher herausgebracht haben, hier ihren Sitz. Darunter sind unabhängige Kleine und Kleinste wie der Verbrecher Verlag, der seit seiner Gründung 1995 über 300 Bücher veröffentlicht hat, der Aviva Verlag, der vor allem jüdische Schriftstellerinnen der 1920er und 1930er präsentiert, oder der Satyr Verlag, der seine Autorinnen und Autoren auf Poetry Slams oder Lesebühnen entdeckt und jährlich höchstens zehn Titel publiziert. Spezialverlage wie der Comic-Verlag Repro-

dukt oder der Verlag Theater der Zeit konzentrieren sich auf spitze Zielgruppen, während große Traditionsverlage wie Ullstein, Aufbau oder Suhrkamp ein breites Publikum bedienen.

„Dass Suhrkamp vor zwölf Jahren aus der Buchmessen-Stadt Frankfurt nach Berlin umgezogen ist, war sicherlich kein Zufall“, sagt Jürgen Schepers, Branchenkoordinator Kreativwirtschaft bei der IHK Berlin. „Berlin hat sich zu einer weltweiten, toleranten und kulturell vielfältigen Metropole entwickelt, die Kreative und junge Talente aus der ganzen Welt anzieht.“ Kreativität sei zu einem Markenzeichen Berlins geworden, wobei Kreativität nicht nur ein Lebensgefühl sei, sondern auch für Zukunft und Wirtschaftskraft stehe.

Große Ketten und Kiezbuchhandlungen

„Berlin ist auch die Hauptstadt der Schriftstellerinnen und Schriftsteller. Allein 60 Prozent der Mitglieder des PEN-Zentrums Deutschland leben hier. Wer mit seinem Manuskript nicht bei einem Verlag unterkommt, dem bleibt Self-Publishing. Dabei unterstützen Dienstleister wie die Neopubli GmbH, die zur Holtzbrinck Publishing Group gehört und auf deren Online-Plattformen Neobooks und Epubli Autoren Bücher und E-Books unabhängig und kostenlos veröffentlichen können. Das Unternehmen zahlt dann monatlich Honorar: 70 Prozent der Nettoerlöse.

Und in keiner anderen deutschen Stadt gibt es mehr Buchhandlungen. 350 sind es, von Ketten wie Thalia oder Hugendubel bis zu Fach- und Kiezbuchhandlungen. So hat sich beispielsweise Hammett in Kreuzberg auf Kriminalliteratur spezialisiert und der Bücherbogen am Savignyplatz auf Architektur, Kunst und Design. Einer der vielen Kiezhändler ist Kisch & Co. an der Oranienstraße. Als dem Laden nach 23 Jahren gekündigt wurde, unterschrieben 22.000 Menschen für seinen Verbleib. Jetzt sitzt Kisch & Co. in einem ehemaligen Modegeschäft ein paar Häuser weiter, beim Umzug halfen Stammkunden. Ebenfalls umgezogen, von der Hardenberg- in die Knesebeckstraße, ist Berlins größte und älteste Reisebuchhandlung Schropp. An den Kosten beteiligte sich der Unterstützer- und Fankreis des Buchladens über eine Crowdfunding-Kampagne.

Zudem sind in Berlin über 20 Literaturagenturen ansässig, die Autorinnen und Autoren betreuen und gegenüber Verlagen vertreten. Eine davon ist die Literatur- und Medienagentur Graf & Graf. 1995 von der Journalistin und Übersetzerin Karin Graf gegründet, vertritt sie heute rund 250 Autorin- »



Karsten Kredel
Verlegerischer
Geschäftsführer
Ullstein Buchverlage

*Aus dem Zeitungs-
 haus wurde 1903
 zusätzlich auch ein
 Verlag für Bücher.
 Der gehört heute
 zum schwedischen
 Bonnier-Konzern.
 Unter dem Ullstein-
 Dach gibt es neben der
 Marke mit der Eule
 neun weitere wie Econ
 oder List. 400 Titel
 publiziert die Gruppe
 jährlich.*

nen und Autoren, darunter Antje Rávik Strubel, die gerade den Deutschen Buchpreis erhalten hat. „Die Verlage“, sagt Geschäftsführerin Heinke Hager, „schätzen die Zusammenarbeit mit unserer Agentur nicht nur in Hinblick auf die richtige Auswahl der Manuskripte, die wir anbieten, sondern sie sehen uns als professionellen Vermittler und Partner auf Augenhöhe, ausgestattet mit tiefgehender Branchenkenntnis und der Fähigkeit, das Potenzial von Büchern und ihrer Verfasserinnen und Verfasser einschätzen zu können.“

Mit Verlagen würden nicht nur Vorschuss, Tantieme, Rechtekatalog und Erlösbeteiligung vertraglich geregelt, so Hager, sondern auch die Manuskriptabgabe, der Erscheinungstermin, die Positionierung im Programm, die Vertragslaufzeit, die Bedingungen zum etwaigen Rückfall

von Rechten und viele weitere Details. Autorenhonorare werden in Prozent vom Netto-Ladenpreis gezahlt, sowohl für Hardcover, Taschenbuch als auch für E-Book und Hörbuch. „Jede Form der Ausgabe hat eine andere Honorierung, jede Staffelung der Tantiemen wird individuell und maßgeschneidert im Hinblick auf die vom Verlag angefertigte Kalkulation und unter Berücksichtigung der Verkaufserwartung verhandelt und festgelegt, auch wenn es Standards gibt, an die man sich hält.“ Für ihre Dienstleistungen verlangt die Agentur eine übliche Provision: „Sie liegt bei 15 Prozent, mit denen wir an allen Einnahmen aus einem Vertrag beteiligt sind.“

Pro Jahr erscheinen zwischen 90 und 100 Titel der von Graf & Graf vertretenen Autorinnen und Autoren bei etwa 40 Verlagen. „Außerdem vertreten wir auch die Filmrechte selbst, bislang sind 40 Filme entstanden auf der Grundlage von Büchern, für die wir die Verfilmungsverträge verhandelt haben.“ Für ihre Kundschaft, weiß Heinke Hager, sei in der Corona-Krise der Ausfall von Veranstaltungen, Lesungen, Festivals oder Buchmessen eine harte finanzielle Einbuße. „Viele haben die Zeit zum Schreiben genutzt, sodass wir nun besonders viele Manuskripte anbieten können – insofern hat unser Geschäft nicht gelitten, sondern eher floriert.“

Zoom-Meeting statt Lesung

Präsenztermine konnte auch Martina Tittel, geschäftsführende Hauptgesellschafterin der Nicolaischen Buchhandlung in Friedenau, wegen Corona nicht ausrichten. Stattdessen organisierte sie Online-Lesungen und Zoom-Meetings. „Wirtschaftlich hatten wir in Berlin großes Glück, weil unsere Buchhandlungen als systemrelevant gelten und deshalb geöffnet bleiben konnten, anders als in anderen Bundesländern, wo Kollegen die zwei Lockdowns mit geschlossenen Läden überstehen mussten. Nicht alle unabhängigen Buchhandlungen haben das überlebt“, sagt die Geschäftsfrau.

Eine gute Kiezbuchhandlung ist für Martina Tittel, die im Juni zur 1. Vorsitzenden des Landesverbands Berlin-Brandenburg des Börsenvereins des Deutschen Buchhandels gewählt wurde, nicht nur Verkaufs-, sondern auch Erlebnisort und



Kommunikationsdrehscheibe. „Die Kunden sollen sich in meinem Laden wohlfühlen und eine gute Beratung erwarten können.“ Für sie kaufe sie zielgerichtet ein und wisse in etwa, welche Bücher im Laden stehen und welche nicht. Aktuell hält sie auf 95 Quadratmetern über zwei Etagen fast 12.000 Bücher parat.

Was nicht vorrätig ist, wird bestellt – entweder persönlich oder über den Webshop, der Zugriff auf mehr als sechs Millionen lieferbare Bücher, E-Books und Hörbücher ermöglicht. Ein Service der Buchhandlungen, um nicht Amazon allein das Geschäft zu überlassen. „In der Regel sind die Titel am nächsten Tag da, egal, ob sie über unsere Website bestellt werden oder wir selbst die Bestellungen vornehmen.“ Abgewickelt und geliefert werden sie von zwei Großhändlern mit einem Bücherwagendienst. Zehn Prozent ihres Umsatzes erzielt Tittel über den Bestellservice im Webshop und die folgende Abholung im Laden – nur ein bis zwei Prozent über den direkten Versand an Kunden. „Woraus man ersehen kann, dass so ein Kiezbuchladen eben einen sehr regionalen Bezug hat und die Kunden den Kontakt zum Laden suchen, wenn sie ihre Bücher dorthin bestellen.“

Im Buchhandel bestellbar sind auch Schulbücher wie die der Berliner Verlagsgruppe Cornelsen. Das Unternehmen, das vor 75 Jahren gegründet wurde und im vergangenen Jahr einen Umsatz von 254 Mio. Euro erzielte, zählt zu den größten deutschen Verlagen. Rund 23.000 Titel hat Cornelsen aktuell im Sortiment, 10.000 Unterrichtsmaterialien werden zum Download angeboten. Jeder Schüler in Deutschland besitzt mindestens ein Arbeitsheft von Cornelsen, und 80 Prozent aller deutschen Lehrkräfte nutzen Cornelsen-Produkte für ihre Arbeit. „Unsere Produkte und Services entstehen in großen Teams mit Didaktikern, Bildungswissenschaftlern, Digitalexperten und Illustratoren“, sagt Mark van Mierle, CEO der Cornelsen Gruppe. „Schulbücher sollen anschaulich und mit vielen interaktiven digitalen Zusatzformaten verknüpft sein – daher reden wir nicht mehr von Schulbüchern, sondern von Bildungsmedien.“ Ein Großteil davon werde extern geprüft. „Sie müssen ein Genehmigungsverfahren in den Kultusministerien durchlaufen, um zugelassen zu werden.“



Und das für Lehrpläne aller Bundesländer. „Wir erstellen viele verschiedene Regionalausgaben“, erläutert CEO van Mierle, „das Geschichtsbuch ‚Entdecken und Verstehen‘ für die 5. Klasse im Gymnasium gibt es zum Beispiel in 13 verschiedenen Ausgaben.“ Außerdem werden Schulbücher inaktuell: „Durchschnittlich wird alle sieben bis zehn Jahre ein Lehrplan überarbeitet – dann ändern sich Schwerpunkte, didaktische Methoden, Themenzuschnitte oder einzelne Inhalte.“ Die Lern- und Lehrmaterialien werden in Informationszentren in acht deutschen Städten präsentiert, die Auslieferung erfolgt über das Verlagskontor in Bielefeld, wo pro Jahr 40 Mio. Exemplare in 1,5 Mio. Sendungen an Schulen, Ausbildungsbetriebe oder Weiterbildungsinstitute gehen. Von den insgesamt 1.600 Beschäftigten sind 1.100 in Berlin tätig.

Mit nur 20 Angestellten kommt Der Audio Verlag (DAV) aus, der 1999 in Berlin vom Auf- »

Martina Tittel
Geschäftsführende
Hauptgesellschafterin
Nicolaische
Buchhandlung

Die Unternehmerin führt eine Kiezbuchhandlung in Friedenau – auf zeitgemäße Weise. Online oder im Laden bestellen und am nächsten Tag abholen, damit geht Martina Tittel, die auch Vorsitzende des IHK-Branchenausschusses Handel ist, in Konkurrenz zu Amazon.



Amadeus Gerlach
Geschäftsführer
Der Audio Verlag GmbH

Gegründet 1999 unter dem Dach des Aufbau Verlags, gehört Der Audio Verlag (DAV) heute zu Penguin Random House. Neben der Produktion von Hörbüchern der großen Partner in der Gruppe arbeiten die Berliner vor allem im Hörspiel-Bereich für Kinder häufig mit Rundfunkanstalten zusammen.

bau Verlag gegründet wurde und heute zur Penguin Random House Verlagsgruppe gehört. Über 2.500 Hörbuchtitel hat DAV bislang herausgebracht, mehr als 200 kommen jährlich hinzu. „Der Audio Verlag war einer der ersten Hörbuchverlage im deutschsprachigen Raum, die mit einem breiten Programm an Hörbüchern gestartet sind“, sagt Geschäftsführer Amadeus Gerlach.

„Neben der Auswahl von Titeln ist die Besetzung eines überzeugenden Sprechers – oder ‚narrators‘, wie es im Angelsächsischen zutreffender heißt, also eines Erzählers – die größte Herausforderung.“ Damit nämlich bekomme der Hörer mehr zu hören, als er sich selbst erlesen könnte. Aktuelle Beispiele seien Rita Falks „Rehagout-Rendezvous“, gelesen von Christian Tramitz, oder Rufus Becks hundertstündige und ungekürzte Lesung des Alten und Neuen Testaments. „Während wir bei einigen Stoffen bereits einen bestimmten

Erzähler oder eine Erzählerin im Ohr haben, hören wir bei anderen Texten oft zahlreiche Hörproben ab, bevor wir eine Auswahl treffen“, sagt Gerlach. Die Wahl des Aufnahmestudios sei dann eher zweitrangig und richte sich nach Kosten, Verfügbarkeit oder Sprecher-Vorlieben. „Stoffrechte für die Hörbuchausgabe bieten uns Buchverlage oder literarische Agenturen an, und ebenso gehen wir auf Buchverlage oder Agenturen zu und kaufen solche Rechte ein.“ Dafür erhält der Lizenzgeber Lizenzerlöse auf die von DAV realisierten Umsätze.

„Auch mit Rundfunksendern pflegen wir einen intensiven Kontakt – so entstehen viele Koproduktionen, wie wir auch immer wieder Produktionen bei Sendern einkaufen und als Hörbücher verlegen oder umgekehrt eigene Produktionen für die Sendung an Rundfunkanstalten lizenzieren.“ Kinder und Jugendliche sind für DAV eine wichtige Zielgruppe, für die pro Jahr weit über 50 Titel erscheinen, vor allem Hörspiele. Gerlach: „Da Hörspielproduktionen deutlich teurer sind als reine Lesungen, kaufen wir fertige Hörspiele vornehmlich bei Sendern ein.“ Inzwischen produziere DAV aber auch zunehmend Hörspiele selbst, insbesondere für Kinder.

Gerade wird bei DAV eine neue Hörspielserie für Kinder ab drei produziert, die im Frühjahr 2022 erscheinen soll. Gerlach

ist überzeugt: „Die wird Furore machen.“ Einen Großteil seines Umsatzes erwirtschaftet DAV noch mit Hörbüchern auf CD, wobei der Download-Anteil stark wächst. „Unsere digitalen Hörbücher sind nicht nur auf allen relevanten Plattformen wie Audible, Apple oder Google zu finden, sondern auch in den Online-Shops des stationären Buchhandels oder im Download-Shop unserer Website.“

Jetzt hofft die gesamte Buchbranche erst einmal auf ein lukratives Weihnachtsgeschäft. Allerdings ist derzeit der Rohstoff Papier knapp, weshalb viele Verlage Lieferprobleme für Gedrucktes fürchten. Das könnte E-Books attraktiver machen und deren Umsatzanteil am Buchmarkt wachsen lassen. In den Verkaufsbilanzen macht er sich nämlich noch nicht besonders stark bemerkbar: Im ersten Halbjahr stieg er lediglich von 7,5 Prozent auf 7,9 Prozent. ■