

Bücher-Onlinehandel: gestern, heute, morgen

PORTALE Das älteste Medium der Welt hält sich tapfer: Trotz TV, Internet und Filmen lesen vier von fünf Schweizern Bücher und bestellen sie immer mehr online. Um rund 15% stieg der Online-Umsatzanteil an, doch der Markt ist an vielen Fronten im Wandel.

VON THOMAS LANG*

■ Bücher eignen sich nicht nur wegen der grossen Nachfrage hervorragend für E-Commerce: bekanntes Medium, handlich, einfach zu lagern und zu verpacken, stabile Qualität, unkomplizierte Retourenprozesse, einfache private Weitergabe und vergleichsweise attraktive Preise gegenüber anderen Medien. Kein Wunder, konnten bereits Mitte der 90er-Jahre Bücher online bestellt werden, und sie stellen auch heute noch das meistbestellte Medium dar.

Amazon, die «Mutter aller Onlinehändler», startete zu Beginn der 90er-Jahre mit dem Onlinevertrieb von Büchern und gilt heute als eigentlicher Pionier des E-Commerce. Der Trend ist schon längst keiner mehr, sondern harte Realität. Zwar ist der Gesamtumsatz im Buchhandel mit 881 Mio. Franken stabil geblieben, doch die Kuchenstücke verschieben sich zugunsten der Onlineanbieter. Bücher werden immer mehr online gekauft, dies bestätigen die letzten Umsatzzahlen deutlich. Gemäss dem Verband Schweizer Presse legte der Onlineumsatz um satte 15% zu, dagegen sank das Geschäft beim stationären Buchhändler um 1,5%.

Führender Schweizer Shop ist exlibris.ch – gemäss der HSG-Studie zum Onlinehandel Schweiz vom vergangenen Jahr auf Platz 5 der beliebtesten Shops nach Amazon, eBay, Ricardo und EasyJet. Ex Libris setzt auf Multichannel und bedient seine Kunden online wie auch in den über 140 Filialen. Weitere prominente Onlinebuch-

händler hierzulande sind Weltbild, books.ch, buch.ch und buchhaus.ch. Als neuer Anbieter im Discountbereich startete kürzlich storyworld.ch. Dahinter steckt gemäss Sonntagszeitung das Traditionshaus Orell Füssli, das mit dem Billigbuchshop seine eigene buchpreisgebundene Plattform zu konkurrenzieren scheint.

Dass die Anbieter von Büchern und digitaler Unterhaltung in der Schweiz im Onlinevertrieb die Nase vorn haben, zeigen auch die Resultate aus der Online-Shop Studie 2010. Gleich alle drei Podestplätze werden von Anbietern aus diesem Segment belegt. Mehr zur Studie siehe MORE-Kasten.

Aufgrund des harten Wettbewerbs fand im Juli 2010 eine bekannte Bücher-Internet-Marke ihr Ende: Der vor zehn Jahren gegründete Online-Shop Lesen.ch wurde von Buch.ch übernommen. Gemäss Geschäftsführer Armin Luginbühl konnte Lesen.ch mit den gestiegenen Anforderungen an Technik und Logistik nicht mehr mithalten.

Chancen und Gefahren im Internet

Mit dem Internet erhofften sich viele Buchhändler neue Impulse sowie Kundschaft und sind sicher nicht enttäuscht worden. Wo Konkurrenz ist, sind aber auch Schnäppchenjäger und die werden mit Preisvergleichsseiten bestens bedient. Dienste wie Toppreise.ch, Preisvergleich.ch, Preis-suchmaschine.ch, Finder.ch, Comparis.ch oder Preisauskunft.ch sorgen für eine noch nie erreichte Transparenz für den Endkunden. Knallhart und transparent wird um jeden Rappen und Onlinekunden gekämpft. Die Digitalisierung und das schnelle Finden gewünschter Produkte haben eben auch gewichtige Nachteile.

Wie schnell so ein Preisvergleich geht, zeigt auch die iPhone-Preisvergleichsapplikation von Comparis mit der integrierten Schweizer Kooaba-Technologie. Das Cover von Buch, CD oder DVD wird fotografiert und mit einer Datenbank abgeglichen. Innert weniger Sekunden weiss der poten-

MORE

■ Die Carpathia Consulting GmbH und die interactive friends AG prüften **100 Schweizer Online-Shops** auf Herz und Nieren. Dabei stachen vor allem Onlinebuchhändler hervor, die vier der Top-6-Plätze belegt haben: Weltbild.ch (1. Rang), bol.ch/buch.ch (2.), exlibris.ch (3.) und books.ch (6.). Weltbild.ch profilierte sich, da der Shop in der ganzen Breite des modernen E-Commerce bis hin zu Social Media konsistente Leistung auf hohem Niveau zeigt. Die Studie kann unter www.onlineshopstudie.ch bestellt werden



zielle Käufer, wo es das Produkt am billigsten gibt. Und das ist in der Regel im Internet.

Mit dieser Transparenz musste sich sogar der deutsche Bundesgerichtshof beschäftigen und verpflichtete mit seinem Urteil Shopbetreiber zu korrekten Preisen in den Suchmaschinen. Ein Händler lockte mit einem Schnäppchenpreis Kunden zu sich, erhöhte später den Preis aber wieder – ob er damit auch Kunden gewonnen hat, sei dahingestellt. Jedenfalls argumentierte der BGH mit «Irreführung», da der durchschnittliche Nutzer von aktuellen Preisen ausgeht. «Es sei zuzumuten, dass der Händler Preiserhöhungen erst dann verlangen könne, wenn sie in der Suchmaschine angezeigt würden.» Dies wirft die Henne-Ei-Frage wieder auf. Wenn der Shop den Preis nicht ändert, wann soll es dann die Suchmaschine können und zu welcher Zeit? In der Schweiz hat dieses Urteil jedoch keinen Einfluss, zeigt aber, wie mächtig die Vergleichsseiten bei unseren Nachbarn geworden sind.

Bücher werden digital mit eBooks

Dass Zeitungen mehrheitlich nur noch online gelesen würden, daran glaubten wohl die meisten vor zehn Jahren noch nicht. Dass aber



So begann Amazon 1990 Bücher online zu verkaufen. Es gilt heute als eigentlicher Pionier des E-Commerce.

Anzeige



auch Bücher digital gekauft und verschlungen werden, ist ein aktueller Trend, nicht erst seit Apples iPad. Die Vorteile der eBook-Reader liegen auf der Hand: Weltweite und sofortige Verfügbarkeit der Produkte via Wireless-Internet, geringer Preis, Speicherung von Lesezeichen, einfacher Kapitelzugriff, wählbare Schriftgrößen und ein genügend grosser Speicher, um über 200 verschiedene eBooks mobil mitzunehmen.

Amazon lancierte bereits im November 2007 seinen eBook-Reader Kindle, welcher draht- und kostenlos auf Amazons Online-Shop zugreift. Der grosse Unterschied zum iPad ist die sehr lange Akkulaufzeit von bis zu zwei Wochen, weil nur auf stromsparende Graustufen gesetzt wird. Doch mit Apples erfolgreichem Markteintritt reagierte Amazon zuerst mit Preisnachlässen bei allen Kindle-Versionen und lancierte kürzlich die dritte Generation des Kindle zu einem Kampfpfeis.

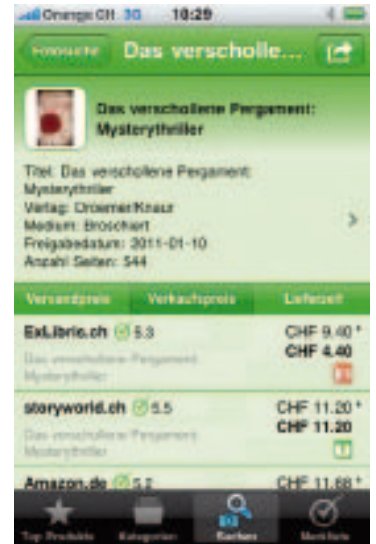
Mitte Juli informierte Amazon.com dann prompt über stark gestiegene Nachfragen bei seinen eBooks-Angeboten, wo alle Bücher pauschal nur 9.99 Dollar kosten. So sollen von Januar bis Juni 2010 dreimal mehr Kindle-Bücher verkauft worden sein als im gleichen Zeitraum 2009. Aufhorchen lässt auch die Meldung, wonach im Juni 2010 bei Amazon auf 180 eBooks-Verkäufe gerade mal noch 100 Hardcover-Bücher (ohne Taschenbücher) gekommen sind.

Jedoch sind die meisten eBooks noch auf Englisch, wodurch das Wachstum im deutschsprachigen Raum noch gebremst wird. Um den Markt der deutschsprachigen eBooks aber voranzutreiben, setzten sich die Bertelsmann AG und die Georg von Holtzbrinck GmbH & Co. KG zusammen und planen eine Online-Vertriebsplattform für eBooks zu errichten. Über diese Plattform sollen aber auch Produkte Dritter vertrieben werden können. Das Projekt ist aktuell bei der EU-Kommission zur Prüfung angemeldet.



Links: Beliebtester Schweizer Onlinebuchhändler mit einem mehrere Millionen Artikel umfassenden Sortiment.

Rechts: Mit der Kamera das Titelbild fotografieren und innert Sekunden wissen, wo der Artikel am billigsten gekauft werden kann.



Der Druck auf die Verlage wächst, entsprechende Angebote gleich am ersten Tag zur Verfügung zu stellen. Apples iPad bringt zudem noch weitere multimediale Herausforderungen mit Animationen und spielerischen Elementen, womit ein Spagat zum entsprechenden Game-Pendant gefunden werden muss.

In der Schweiz sind die grossen Bücheranbieter wie Weltbild und Ex Libris längst auf den eBooks-Zug aufgesprungen. Weltbild bietet sogar einen gebrandeten Reader an, der gemäss eigenen Aussagen im vierstelligen Bereich verkauft werden konnte und zurzeit ausverkauft ist. Im Schnitt wählt ein Reader-Kunde aus dem 40 000 Bücher umfassenden eBook-Portfolio bisher acht aus. Weltbild selbst schätzt den Umsatzanteil der eBooks bis 2015 auf 5–10%.

Buchpreisbindungsgesetz – Extrawurst für Onlinehändler?

Ein Blick in die Geschichte des Buchhandels wirft Erstaunliches zutage. Denn dass ein Thema seit über 160 Jahren die Politik immer noch beschäftigt, zeigt die hohe wirtschaftliche und kulturelle Bedeutung eines wichtigen Mediums. Die Geschichte beginnt anno 1849, als sich 15 Buchhändler an den Bundesrat wenden, er möge den Eingangszoll auf Bücher senken oder wenigstens

Zollfreiheit für eigene Rücksendungen (Remittenden) beschliessen. 1964 wird eine Preiskontrolle beschlossen, 1976 definiert der Schweizer Buchhändler- und Verleger-Verband (SBVV) eine nationale Preisbindung, welche aber 1999 von der Wettbewerbskommission (WeKo) als unzulässige Wettbewerbsrede erklärt wird. Der SBVV erhebt daraufhin Beschwerde gegen diesen Entscheid, der aber von der Rekurskommission abgewiesen wird. Der Fall wird vom SBVV an das Bundesgericht weitergezogen und teilweise gutgeheissen. Erst 2007 wird die Buchpreisbindung definitiv aufgehoben, sogar der Bundesrat lehnt eine Ausnahme für ein Kartell für Bücher ab. Die Geschichte ist aber noch nicht abgeschlossen, denn bereits im Mai 2009 stimmt der Nationalrat mit 103 zu 74 Stimmen einer gesetzlichen Wiedereinführung der Buchpreisbindung zu.

Was genau steckt hinter den Wiedereinführungsbestrebungen und was hat der Onlinehandel damit zu tun? Der National- und Ständerat ist aus kulturpolitischen Überlegungen für die Wiedereinführung, womit die Vielfalt und die Qualität des Kulturgutes Buch gefördert werden sollen. Die Wirtschaftskommission (WAK) des Nationalrates befreite mit einer knappen Abstimmung (13:12) den On-

line- und Versandhandel von der Buchpreisbindung und folgt damit einem Vorschlag des Ständerats. Der SBVV kritisiert das Votum scharf und sieht den stationären Buchhandel in seiner Existenz bedroht. Wer eine Buchpreisbindung wünscht, aber grosse Ausnahmeregelungen definiert, würde das Gesetz untergraben oder Interessen von Discountern wie Amazon, Ex Libris und Storyworld höher einstufen als die der Schweizer Buchkultur.

Die Debatte wird diesen Herbst weitergehen. Wie auch der Entscheid fallen wird, am Fakt, dass 90% der Bücher aus Deutschland importiert werden, wird sich nichts ändern. Auch nicht, dass 50% der Schweizer Buchhandlungen in deutscher Hand sind und jederzeit den Versand aus Deutschland einrichten könnten, um der Preisbindung zu entgehen. Somit würden von einer Buchpreisbindung nicht die Konsumenten, sondern nur ausländische Buchkonzerne profitieren. Auch Preisüberwacher Stefan Meierhans steht dem Gesetz «mit einiger Skepsis gegenüber». ■



* Thomas Lang ist Geschäftsführer und Unternehmensberater für E-Business und E-Commerce bei der Carpathia Consulting GmbH in Zürich.

WIPEX.ch
 Werbeartikel und textile Werbeträger

8200 Schaffhausen ■ Tel. 052 630 20 20