

Seitenweise Umsatzeinbrüche im Buchhandel durch Covid-19

Ein Virus bringt Österreichs Buchhandel an den infektiösen Rand einer Existenzkrise. Die Werbung fürs Lesen und der Onlinehandel sollen nun forciert werden.

Text: Ernst Wachernig

März 2020. Die Bundesregierung verordnet den Lockdown. Österreichs Buchhändlerinnen und Buchhändler müssen die Geschäfte schließen. Erst Mitte April gibt es Lockerungen. Dem Aufsperrn folgen zaghafte Käufe. Der Schaden ist immens.

Einbußen – mit einer Online-Ausnahme

Sonja Bruch führt die renommierten Buchhandlungen Riepenhausen in Hall und Schwaz in Tirol. 70 % und 100 % Umsatzentgang gibt sie für ihre beiden Geschäfte an. Dieser Kollateralschaden in den Geschäften konnte durch Onlineverkäufe nur minimal (20 %) kompensiert werden.

Auch aus dem Büchereck in Aflenz (Steiermark) meldet man dramatische Zahlen. Knapp 70 % des Geschäftes im Laden sind weggebrochen. Nur die Hälfte davon konnte durch Onlineverkäufe wieder gutgeschrieben werden.



„Vorzeigepersonen aus Kunst und Politik sollen das Buch bewerben und Lesungen machen – etwa Bundespräsident Alexander Van der Bellen in der Hofburg.“

Mag. Andreas Besold, St. Veit an der Glan

In St. Veit an der Glan (Kärnten) verzeichnet Andreas Besold um 23 % weniger Buchkäufe. Bei ihm wirken sich jedoch Web-Aktivitäten positiv aus. Betrug der Web-Umsatz 2019 noch 5 %, steigt er nun auf 50 % des gesamten Umsatzes.



„Autoren, Schauspieler und Musiker sollen dem Buchhandel zur Verfügung stehen, damit dieser zur Drehscheibe der Kultur wird. Dazu digitale Aktivitäten.“

Wolfgang Pfeifenberger, Tamsweg

Noch besser verläuft die Online-Bilanz in Tamsweg (Salzburg) bei Wolfgang Pfeifenberger. Zwar bricht der Verkauf im Geschäft um 50 % ein, jedoch wird dieses kaufmännische Desaster im Online-Bereich zu 80 % ausgeglichen.



„Werbematerial für das Buch und für unsere Buchhandlungen sind immer sehr hilfreich.“

Barbara Freidinger
Büchereck, Aflenz

Bleibt die Buchhandlung von Tobias Spazierier in Schrems (Niederösterreich). Auch hier purzeln die Erträge im Geschäft nach unten. Minus 33 %. Doch wird das Gesamtergebnis durch vermehrte Onlineverkäufe auf 136 % des Normalen gepusht. Bitterer Beigeschmack: Nach dem Lockdown, seit dem 14. April, sind die Onlineverkäufe wieder geschrumpft, und der Umsatz im Geschäft zeigt nach wie vor ein Minus von 17 %.

Gastkommentar

Der Verkauf von Büchern unterliegt Richtlinien – zum Schutz dieses Kulturgutes

Rechtsanwalt
Dr. Bernhard Tonninger



Vor allem in einem schwierigen Marktumfeld hat die Buchpreisbindung gesteigerte Bedeutung. Es bedarf sowohl Strenge gegen Verstöße als auch flexibler Lösungen – etwa beim Hörscheinrabatt.

Das No-Go: Preiswerbung mit Büchern

In einem aktuellen Fall wurde die Bewerbung einer „4+1 Gratis“-Aktion mit Taschenbüchern behandelt. Nach Prüfung des Sachverhalts wurden mit der Abmahnung noch weitere Werbungen mit Aufklebern auf Büchern (Inhalt: Aktionspreis oder Preishit, 51 % Rabatt) beanstandet, weil die Bücher tatsächlich zum aktuell gültigen Mindestpreis angeboten wurden.

Abgesehen vom Werbeverbot mit Rabatten im Buchpreisbindungsgesetz ist zudem zu beachten, dass Ankündigungen nicht irreführend sein dürfen. Dies ist der Fall, wenn sich Kunden einen Preisvorteil gegenüber anderen Buchhandlungen erwarten, der tatsächlich

nicht besteht. Der Anlassfall wurde durch Unterwerfung unter die vorgegebene Verpflichtungserklärung positiv abgeschlossen. Da Preiswerbungen mit Büchern nicht der Buchpreisbindung entsprechen, wird auch in Zukunft verstärktes Augenmerk auf die Verfolgung solcher Ankündigungen gelegt.

Der Abschluss des „Weekend“-Verfahrens

Nach dem Erfolg vor dem Höchstgericht (siehe Bericht in *sortimenterbrief* 11/19) hat sich die Weekend-Online GmbH, welche Thalia-Gutscheine mit Rabatt verkauft hatte, mittlerweile auch im Hauptverfahren zur Unterlassung, Zahlung der Kosten und zu Vergleichsveröffentlichungen (siehe *sortimenterbrief* Seite XX) verpflichtet. Die Sache ist somit positiv abgeschlossen.

Ist der Rabatt auf Hörscheine möglich?

Anfang April haben zwei juristische Verlage zu Recht darauf hingewiesen,

dass das im Buchpreisbindungsgesetz vorgesehene Prozedere für den ermäßigten Verkauf von Büchern mit Hörschein in der Praxis durch die geschlossenen Universitäten nicht durchführbar ist. Begründung: Der Hörschein müsse mit dem Namen des Hörers versehen und zusätzlich vom Vortragenden unterschrieben sein.

Im Meinungsaustausch mit den Verlagen wurde in der Folge für die Covid-19-Zeit eine alternative Vorgangsweise vorgeschlagen und in einem Informationsschreiben an betroffene Buchhandlungen und Verlage festgehalten, dass das ausgefüllte und vom Vortragenden zu unterschreibende Hörscheinformular vorübergehend durch eine elektronische Bestätigung des Vortragenden (E-Mail) an Studierende ersetzt werden kann, wenn sich Studierende (physisch oder elektronisch durch Übermittlung eines Scans) mit ihrem Studierendenausweis zudem auch noch ausweisen. •



„Unmittelbar erhoffe ich mir eine Erhöhung der Leseförderung für den Herbst 2020.“

Dkfm. Tobias Spazierier, Schrems

Die Zukunft des Buchhandels

Buchhändlerinnen und Buchhändler erwarten sich aktuell klare Hilfestellungen. „Vorbilder aus Kunst und Politik sollen das Buch bewerben“, meint Andreas Besold. Und insgesamt soll mehr Augenmerk auf Online-Kampagnen gelegt werden. •

Im nächsten *sortimenterbrief*: Österreichs Verlage und der Kampf ums Überleben