

Clement, Michel/Blömeke, Eva/Sambeth, Frank (Hrsg.) (2009). Ökonomie der Buchindustrie. Herausforderungen in der Buchbranche erfolgreich managen. Wiesbaden: Gabler. 300 S., 49,90 €.

Beitrag aus Heft »2010/01: Musik – Die schönste Nebensache«

Das Medium Buch in Zeiten des Internets als Verlierer abzustempeln, der schlicht nicht mit den Reizen des Netzes mithalten kann, ist sicherlich falsch. Obwohl die Zahl der ‚Onliner‘ steigt, nimmt auch die Anzahl der Neuerscheinungen auf dem Buchmarkt stetig zu. Michel Clement, Eva Blömeke und Frank Sambeth haben Artikel verschiedener Autorinnen und Autoren zusammengetragen, welche versuchen, aus Sicht der Praxis die Buchindustrie zu erklären. Zunächst stellen die Herausgeberin und die Herausgeber selbst die Herausforderungen in der Buchbranche vor. Neben den traditionellen Anforderungen wie der langfristigen Sicherung des Lesemarktes und der mittelfristigen Konkurrenz durch andere Freizeitalternativen gilt es demnach jetzt auch die durch neue Technologien, veränderte Kundenbedürfnisse, neue Geschäftsmodelle und Wettbewerber entstandenen Aufgaben zu meistern.

Das Buch wird sich, so die These, auch in Zukunft einiger Wertschätzung erfreuen. Lediglich wer es erstellt, produziert und vermarktet bleibt zu beantworten, da sich die Buchindustrie erheblich verändern wird. Übersichtlich und mit einigen Beispielen aus der Praxis sowie Hintergrundinformationen untermalt folgt eine umfassende ökonomische Analyse der Buchbranche. Wie entwickelt sich der Markt und wie ist es um den Wettbewerb bestellt? Kann man bei der Buchindustrie, die durch die Buchpreisbindung und den reduzierten Mehrwertsteuersatz gerne als gut kalkulierbares Geschäft bezeichnet wird, von Wettbewerb sprechen? Die Beiträge der verschiedenen Autorinnen und Autoren verdeutlichen das Spannungsverhältnis zwischen dem Buch als kulturelles Gut und dem Druck, in erster Linie wirtschaftlich sein zu müssen. Der zweite Teil des Bandes widmet sich ganz dem Management von Büchern, stets mit Blick auf die zukünftigen Herausforderungen, denen sich die Buchindustrie stellen müssen. Wie sieht das Preismanagement aus, gibt es ein Markenmanagement und was macht den Vertrieb und den Handel mit Büchern besonders?

Der letzte Teil befasst sich ganz mit dem Thema der möglichen Innovationen in der Buchbranche. Von neuen Technologien über die Möglichkeit des Online-Vertriebs und der Online-Distribution digitaler Bücher bis hin zu Print on Demand – die Buchindustrie befindet sich im Umbruch. Zwar besticht das Werk durch gut recherchierte, meist stimmige Beiträge und verschafft einen guten Einblick in die wirtschaftlichen Hintergründe der Buchindustrie, doch das Fehlen eines Stichwortverzeichnis, Gesamtfazits und gelegentliche beim Redigieren übersehene formale Fehler machen es als Arbeitswerkzeug nur bedingt empfehlenswert. Den einzelnen Beiträgen sind keine Schlagworte zugeordnet, so dass es schwer fällt, einen Begriff wie „Long-Tail-Effekt“ oder die genaue Bedeutung von „Crowdsourcing“ mal eben nachzuschlagen. Was schade ist, denn meist findet sich in den Beiträgen eine nützliche Definition. Consultants und Führungskräfte aus der Buchbranche sind dennoch mit dem Werk gut beraten, ebenso wie etwa Dozentinnen und Dozenten an Hochschulen. Für Studentinnen und Studenten mag es auch durchaus interessante Blickwinkel eröffnen, ist aber kein allzu geeignetes Werkzeug, es sei denn, die Studierenden verfügen bereits über die nötigen Hintergrundinformationen, so dass ein schnelles Finden von Definitionen und Begriffsklärungen nicht essenziell ist.