

Autor*in
2,24 Euro

Verlag
2,81 Euro

Lektorat & Korrektorat
0,60 Euro

Gestaltung & Satz
0,65 Euro

Druckerei & Buchbinderei
3,69 Euro

Vertrieb & Lager
1,20 Euro

Presse & Presseversand
0,85 Euro

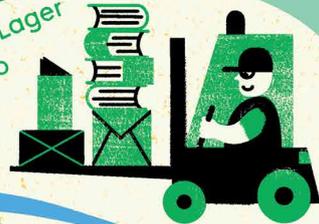
Werbung
0,30 Euro

Großhandel
2,24 Euro

Buchhandlung
7,85 Euro

Wer bekommt was vom Buch?

Ladenpreis
24
EURO
inkl. MwSt.
1,57
EURO



Wer erhält welchen Anteil von einem verkauften Buch? Was bekommen jeweils die Personen und Unternehmen, die das Buch schreiben, verlegen, korrigieren, gestalten, herstellen, vertreiben und verkaufen? Hier schlüsseln wir es detailliert auf.

Als Basis der Kalkulation dient ein literarischer Titel aus einem unabhängigen Verlag. Er hat 240 Seiten und erscheint als Hardcover im Format 13 × 20 cm in einer Auflage von 2.000 Exemplaren. Das Buch wird aus hochwertigem, FSC-zertifiziertem Papier hergestellt, ist mit Lesebändchen, farbigem Vorsatzpapier sowie einer Prägung auf dem Umschlag ausgestattet und wird für 24 Euro angeboten.

Ladenpreis

In Deutschland und Österreich gelten feste Ladenpreise, das heißt, ein bestimmtes Buch kostet immer dasselbe, egal wo man es kauft. Der Ladenpreis wird vom Verlag festgelegt. Der gebundene Ladenpreis trägt dazu bei, allen Buchhandlungen (Ladengeschäften wie auch dem Onlinehandel, großen und kleinen Unternehmen) gleiche Chancen auf dem Markt einzuräumen. Das ist nicht in allen Ländern so, in der Schweiz etwa gibt es seit 2007 keine Buchpreisbindung mehr.



Buchhandlung und Großhandel

Bei den Buchhandelsrabatten ist zwischen dem Großhandel, dem sogenannten »Zwischenbuchhandel« oder »Barsortiment«, und dem Einzelhandel, also der einzelnen Buchhandlung, zu unterscheiden. Der Großhandel erhält bei literarischen Titeln, bei Sachbüchern und Kinderbüchern in der Regel 50 % Rabatt auf den Ladenpreis – dafür liefert er flächendeckend und umgehend an alle Buchhandlungen, und das oft über Nacht – ein weltweit ziemlich einzigartiger Service. Die einzelnen Buchhandlungen wiederum bekommen vom Zwischenbuchhandel ebenfalls Rabatt, in der Regel zwischen 30 und 35 % des Ladenpreises. Davon müssen sie Personal, Miete und Nebenkosten, EC-Gebühren, ggf. Beiträge für den Börsenverein, Software, Dienstleistungsgebühren, Schulungen oder Messteilnahmen, Veranstaltungshonorare, evtl. ein Auto oder Lastenfahrzeug usw. finanzieren.

Für viele Buchhandlungen bleibt daher von den Einnahmen am Buchverkauf nicht viel übrig. Manche bieten auch deswegen noch Artikel wie Kaffee, Wein oder Schreibwaren an.

Es besteht für Buchhandlungen auch die Möglichkeit, direkt bei den Verlagen bzw. deren Auslieferungsdienstleistern zu bestellen. Jede zusätzliche Bestellung bedeutet zwar erhöhten Aufwand und somit Kosten, und die Lieferung dauert länger, die Buchhandlungen erhalten aber auch mehr Rabatt, z. B. 40 % – und umgekehrt ist auch die Einnahme des Verlages höher als bei einem Verkauf an den Großhandel.

In unserer Beispielkalkulation ist ein durchschnittlicher Handelsrabatt von 45 % zu Grunde gelegt, da gerade kleinere Verlage die meisten Bücher an den Großhandel verkaufen, der u. a. auch den Onlinehandel beliefert.



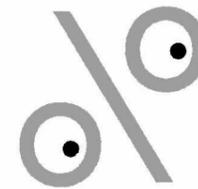
Druckerei und Buchbinderei

Kalkuliert sind die Herstellungskosten einer Druckerei und Buchbinderei in Deutschland. In Osteuropa oder Asien sind die Kosten oft geringer. Wird auf besondere Ausstattungsmerkmale – wie Lesebändchen, Fadenheftung, besonderes Vorsatzpapier und Prägung – verzichtet, ergibt sich ebenfalls ein etwas niedrigerer Stückpreis. Bei den seit der Pandemie stetig steigenden Energie-, Logistik- und Papierpreisen sind die Kosten in diesem Bereich allerdings schnell auch höher als hier angegeben. Und wenn eine kleinere Auflage gedruckt wird, erhöhen sich die Stückpreiskosten ebenfalls schnell.



Verlagsanteil

Der Verlag erhält bei einem Buchverkaufspreis von 24 Euro den größten Anteil, und zwar 12,34 Euro. Er trägt allerdings auch das volle Risiko der Buchproduktion: Noch bevor das Buch im Laden liegt, hat er bereits die Herstellung (vom Satz über das Lektorat bis hin zu Druckerei und Buchbinderei) und den Vorschuss für den/ die Autor*in bezahlt. Wurden alle Ausgaben berücksichtigt, bleiben – wie unser Beispiel zeigt – dem Verlag noch 2,81 Euro. Davon müssen noch die Gemeinkosten des Verlags gezahlt werden wie Löhne und Gehälter, Miete und Nebenkosten, Porto, Büromaterialien, Computer, Telefon- und Internetkosten sowie Vertriebs- und Verkaufsstrukturen für die Bücher wie die Webseite, Buchmessen, Vorschaukataloge, Buchhandelsvertreter*innen – also Menschen, die in den Buchhandlungen die Bücher vorstellen und Bestellungen notieren –, und titelspezifische Kosten wie z. B. die Betreuung einer Lesereise, konkret Booking, Fahrtkosten und Unterkunft. Unterm Strich wird es bei den Verlagen daher schnell knapp: Oft ist es nicht möglich, dass sich über den Verkauf der Bücher eine schwarze Null erreichen lässt. Deshalb arbeiten Verlage in der Regel mit einer Mischkalkulation: Ein erfolgreicher Roman finanziert z. B. einen nur selten verkauften Lyrikband.



Umsatzsteuer

Auch bekannt als Mehrwertsteuer. In Deutschland gilt für Bücher der reduzierte Umsatzsteuersatz von 7 %, weil Bücher als Kulturgut »geistige Nahrung« sind. Von den 24 Euro werden 1,57 Euro an den Staat abgeführt; der Netto-Ladenpreis beträgt 22,43 Euro und ist z. B. Basis für die Berechnung des Honorars für die Autor*innen. In Österreich beträgt die Umsatzsteuer auf Bücher übrigens 10 %, in der Schweiz dagegen nur 2,5 %.

Autor*innen

Hier sind 10 % des Netto-Ladenpreises als Autor*innenhonorar eingerechnet. Das ist für eine belletristische Originalausgabe im Hardcover üblich, manche Verlage staffeln die Prozente allerdings, z. B. 8 % bis 5.000 Exemplare, danach 10 %. Bei Taschenbüchern ist es weniger: Als Honorar erhalten Autor*innen oft nur ca. 6 bis 7 % Honorar des Netto-Ladenpreises, der zudem günstiger ist. In der Regel erhalten Autor*innen bei Vertragsabschluss einen Vorschuss auf alle aus dem Vertrag später resultierenden Honoraransprüche.



Vertrieb und Lager

Die meisten Verlage beauftragen eine Verlagsauslieferung, also einen Dienstleister, mit der Lagerung ihres Sortiments und der Bearbeitung der Bestellungen. Neben Gebühren für Transport und Lagerung der Bücher erhalten diese Unternehmen eine Provision von ca. 5 % des Ladenpreises. Werden bereits verkaufte und bezahlte Bücher wieder zurückgeschickt – die Buchhandlungen haben gegen Bearbeitungsgebühren oft ein Rückgaberecht mit Erstattung des Einkaufspreises –, entstehen im Lager zusätzliche Kosten. Für Verlage heißt das, dass ein Buch erst dann wirklich verkauft ist, wenn es nicht nach ein paar Monaten oder Jahren wieder zurückgegeben wurde. Somit trägt der Verlag das Risiko am längsten und umfassendsten.



Pressearbeit & Presseversand / Gestaltung & Satz / Lektorat & Korrektorat

Diese Kosten fallen einmalig bei der Herstellung bzw. bei Erscheinen des Buches an. Wenn das Buch erfolgreich ist und weitere Auflagen gedruckt werden, entstehen hier meist keine weiteren Kosten. Ein Teil dieser Arbeiten, z. B. das Lektorat und die Pressearbeit, wird oft im Verlag selbst erledigt, zuweilen aber auch extern beauftragt.



Werbung

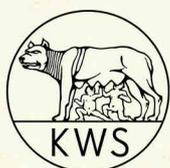
Hier ist das Budget nach oben offen – je nachdem, wie viel der Verlag investiert. Kleinere Verlage können in der Regel nur sehr wenig Geld in Werbemaßnahmen stecken.

Sind Bücher eigentlich zu teuer – oder zu billig?

24 Euro ist ein Preis, den sich nicht jeder Mensch leisten kann. Gleichzeitig ist es eine Summe, die für alle an einem Buch Beteiligten oft nicht genug abwirft. Die wenigsten Autor*innen können von ihrem Honorar leben und die wenigsten Verleger*innen unabhängiger Verlage von den Verkäufen. Auch im Buchhandel – sowohl im Groß- als auch Einzelhandel – sieht es nicht gut aus; immer wieder müssen Unternehmen und Verlagsauslieferungen aus finanziellen Gründen schließen.

Warum ist das so, dass mit dem Verkauf von Büchern so selten genug Geld in die Kasse kommt, um Miete, Löhne etc. bezahlen zu können? Wer verdient eigentlich alles an einem Buch? Wie setzt sich so ein Verkaufspreis genau zusammen?

Dieses Plakat zeigt, wer an der Entstehung und Herstellung eines Buches mitwirkt, welche Kosten dabei entstehen und welcher Anteil bei dem/der Autor*in, in der Buchhandlung und im Verlag landet.



»Wer bekommt was vom Buch« ist eine Initiative der Kurt Wolff Stiftung. Mehr zur Arbeit der unabhängigen Verlage erfährt man im umfangreichen Katalog »Es geht um das Buch«, der jährlich im Oktober erscheint.

V.i.S.d.P. Katharina E. Meyer, Vorsitzende der Kurt Wolff Stiftung zur Förderung einer vielfältigen Verlags- und Literaturszene
Gerichtsweg 28
04103 Leipzig
info@kurt-wolff-stiftung.de
www.kurt-wolff-stiftung.de



Weitere Exemplare dieser Publikation sind bei der Stiftung und im Buchhandel erhältlich.

Illustration und Umsetzung: Golden Cosmos, Berlin

Druck: H. Heenemann, Berlin – Ihr Medienpartner für maßgeschneiderte Buchproduktionen, www.heenemann-druck.de