ABC des Zwischenbuchhandels

VORSICHT BUCH

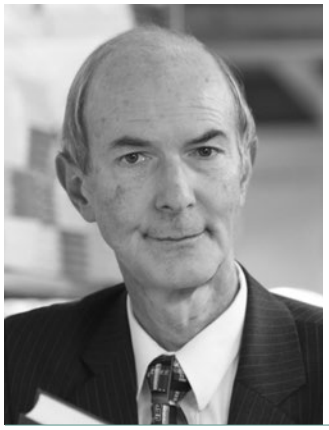
Börsenverein des Deutschen Buchhandels
Ausschuss für den Zwischenbuchhandel

Vorwort

zur siebten Auflage „ABC des Zwischenbuchhandels“

In den 1980er Jahren hat der Ausschuss für den Zwischenbuchhandel im Börsenverein des Deutschen Buchhandels beschlossen, Licht ins Dunkel des Zwischenbuchhandels zu bringen. So entstand ein Nachschlagewerk in Form des „ABC des Zwischenbuchhandels“, das zum ersten Mal im Börsenblatt Nr. 25 vom 27. März 1987 abgedruckt worden ist. Im gleichen Jahr gab das Börsenblatt dieses „Lexikon“ als Sonderdruck heraus, der bei Buchhändlern und Verlegern, bei Auszubildenden und Interessenten innerhalb und außerhalb unserer Branche auf so große Resonanz gestoßen ist, dass das „ABC des Zwischenbuchhandels“ in regelmäßigen Abständen in die nächste Auflage gegangen ist. Inzwischen ist es fester Bestandteil der buchhändlerischen Fachliteratur.

Im Herstellenden und Verbreitenden Buchhandel führt der Strukturwandel dazu, dass die Fachliteratur laufend auf den neuesten Stand gebracht werden muss. Ganz besonders gilt das aber für den Zwischenbuchhandel, der im Brennpunkt des buchhändlerischen Verkehrs steht und deshalb sowohl auf die Veränderungen im Herstellenden als auch im Verbreitenden Buchhandel reagieren muss. So wurde es höchste Zeit, das „ABC des Zwischenbuchhandels“ 2014 in die siebte Auflage zu bringen. Den Wurzeln unseres Berufsstandes verpflichtet, erscheint es als gedruckte Ausgabe, als Book on Demand in gebundener Form für die Bibliotheken und zum Download auf der Homepage des Börsenvereins (www.boersenverein.de unter „Zwischenbuchhandel“).



Mein Dank gilt allen Mitgliedern des Ausschusses für den Zwischenbuchhandel und der Fachgruppe Zwischenbuchhandel, die mit ihren Anregungen, Beiträgen und ihrer Kritik dazu beigetragen haben, das „ABC des Zwischenbuchhandels“ auf den neuesten Stand zu bringen. Namentlich erwähnt werden sollen Christoph Balmer (für die Besonderheiten in der Schweiz), Jens Klingelhöfer (Bookwire), Holger May (BAG), Fabian Niebling (Libri) und ganz besonders wieder Rudolf Sommer (KNV), der mit mir nicht nur das Manuskript durchgesehen und ergänzt hat, sondern als Spezialist auch den „technischen Teil“ der Begriffe auf den neuesten Stand gebracht hat.

Ein Nachschlagewerk kann nie so perfekt sein, dass es alle Fragen beantwortet; deshalb steht Ihnen der Ausschuss für den Zwischenbuchhandel über Katharina Liehr (liehr@boev.de) als Ansprechpartnerin beim Börsenverein zur Verfügung, wenn Sie mit einer kniffligen Frage oder einem bestimmten Problem, den Zwischenbuchhandel betreffend, nicht weiterkommen.

Im Namen des Ausschusses für den Zwischenbuchhandel

Thomas Bez

A

Abholgebühr

» Einholgebühr

a. c.

à condition: seltene, historische Form des Bezugs. Die Buchhandelsgeschichte kennt drei Bezugsarten: bar, fest und à condition. Die Abrechnung der Bezüge „fest“ und „a. c.“ erfolgte zur nächsten (Leipziger Oster-)Messe. Bei a. c. gelieferten Büchern wurden nur die verkauften Exemplare abgerechnet, der Rest wurde zurückgegeben oder auf neue Rechnung vorgetragen (» Kommissionsware).

Agency-Modell (Kommissions-Modell)

Beim Vertrieb von » E-Books ist neben dem klassischen Handelsmodell (Wholesale) als weiteres Geschäftsmodell das Kommissions-Modell (Agency) zu nennen. Hierbei setzt der Rechteinhaber (z. B. Verlag) für den Verkauf seiner E-Books Kommissionsagenten (und ggf. Unterkommissionsagenten) ein. Diese verkaufen in eigenem Namen aber auf fremde Rechnung und erhalten vom Verlag (Inhaber der Rechte) Provisionen statt Rabatte wie im klassischen Handelsmodell. Die Preishoheit obliegt allein dem Rechteinhaber, der „Händler“ ist also auch in Ländern ohne Buchpreisbindung an den vom Rechteinhaber vorgegebenen Endkundenpreis (» Ladenpreis) gebunden. Zwischenhändler und Einzelhändler fungieren im Agency-Modell somit als Agenten, über die der » Endkunde E-Books zum vom Verlag verbindlich festgelegten Preis bezieht. Dafür trägt der „Händler“ als (Unter-)Kommissionsagent keine Geschäftsrisiken bezüglich der ihm übertragenen Tätigkeit. Er kann aber nicht wie ein Kommissionär nach § 400 HGB selbst in das Geschäft eintreten.

Aggregator

Im E-Book-Zeitalter haben sich im Bereich des Zwischenbuchhandels Dienstleister wie Bookwire oder libreka! etabliert, die nicht nur die rein technische Auslieferung von E-Books durchführen, sondern auch Vertriebs-, Marketing-, Herstellungs- und Beratungsservice für Verlage bieten. Da der E-Book-Aggregator selbst Verträge mit zahlreichen Händlern unterhält, benötigt der Verlag nur mit dem E-Book-Aggregator einen Vertrag, in dem er dem E-Book-Aggregator Verwertungsrechte an seinem E-Book-Repertoire einräumt. Auch der Händler benötigt nur einen Vertriebsvertrag mit dem E-Book-Aggregator, um mit den E-Books aller Verlagskunden des Aggregators beliefert zu werden.

AGM

In der Arbeitsgemeinschaft Marketing haben sich (derzeit: 2013) vierzehn mittelständische, inhabergeführte Buchhandlungen zusammengeschlossen. Schwerpunkt der Aktivitäten sind, wie der Name sagt, gemeinsame Marketingaktivitäten. Die AGM mit Sitz in Bergisch Gladbach bietet ihren Mitgliedern darüber hinaus die Bezugswegoptimierung an, indem sie Rahmenverträge mit Lieferanten aushandelt und die Barsortimentsbezüge schwerpunktmäßig auf ein Barsortiment lenkt.
www.agmarketing.de

AG PRO

Die AG PRO (Prozesse, Rationalisierung, Organisation) ist eine Arbeitsgruppe des Börsenvereins, die Empfehlungen zur Lösung von Problemen im » buchhändlerischen Verkehr erarbeitet und formuliert. Ihre Mitglieder kommen deshalb aus allen drei Sparten des » Börsenvereins (Herstellender, Verbreitender und Zwischenbuchhandel).

Aktionswanne

Das Barsortiment Libri bietet seinen Kunden zweimal wöchentlich eine Auswahl von ca. zehn Titeln zu Trends und saisonalen Höhepunkten mit Sonderkonditionen an. KNV und Umbreit setzen auf » Warengruppenabonnements/Warengruppenpakete und themen- bzw. anlassbezogene Aktionen (» Themenpakete).

Anabel

Automatische Nachführ- und Bestelllogistik. Dabei handelt es sich um eine konkrete Anwendung von » ECR für Sortimentsbuchhandlungen, die sich zu einer Genossenschaft zusammengeschlossen haben. Die Genossenschaft » eBuch gründete 2004 Anabel als ein Unternehmen des » Zwischenbuchhandels, das sich der logistischen Dienstleistungen von Libri bedient. Anabel unterhält dort ein Zentrallager. Die (ca. 550/derzeit: 2013) Genossen, die bereit sind, 85 Prozent oder mehr ihrer Bezüge (ohne Schulbücher) über Anabel abzuwickeln, erhalten nicht nur bei den Zentrallagertiteln, sondern auch bei einem Großteil der Titel, die vom » Barsortiment (Libri) bezogen werden, pauschale Rabatte, gestaffelt nach Exemplaren pro Titel, aber unabhängig von der Rabattgestaltung des Verlages für den jeweiligen Titel und einen » Bonus.
Mit Hilfe von Anabel wollen Mitglieder der eBuch ähnliche Rationalisierungsvorteile erreichen wie die großen Filialisten, die ihre Bezüge auf wenige große Verlage und Zwischenbuchhändler konzentrieren (» Bezugswegoptimierung und » Funktionsverschiebung). Sie verzichten dafür auf höhere Verlagsrabatte und nehmen gewisse Nachteile bei der Information (kaum mehr Vertreterbesuche) und der individuellen, werblichen Unterstützung durch Verlage in Kauf. Die Verlage erhalten auf Wunsch und gegen Gebühr einen Zugang zu ihren Daten aus den Warenwirtschaftssystemen der Anabelisten, damit sie wissen, wo welche ihrer Titel bezogen und verkauft werden.
www.ebuch.net

AUB

Die Arbeitsgemeinschaft unabhängiger Buchhandlungen hat sich zum Ziel gesetzt, den unabhängigen Buchhandel branchen-politisch und wirtschaftlich zu unterstützen, damit er im Wettbewerb mit Buchkaufhäusern und Filialisten bestehen kann. Als » Bezugswegoptimierung empfiehlt die AUB ihren Mitgliedern die Teilnahme an der » EK/servicegroup eG Bielefeld, einer » Verbundgruppe, die auf verschiedenen Geschäftsfeldern (living, comfort, family, fashion) arbeitet.
www.aub-online.org

Auslieferung

Die Abteilung des Verlages, die die Bücher lagert und auftragsbezogen auf den Weg zum Kunden bringt. Häufig wird diese Aufgabe einem fremden Dienstleister übertragen (» Verlagsauslieferung), der den gesamten physischen und elektronischen Vertrieb übernimmt, also von der Anlieferung aller Verlagserzeugnisse und sonstiger Produkte, die der Verlag herstellen und körperlich lagern und kommissionieren lässt, bis zur Übergabe der fertigen Sendungen an die Transportführer (» Bücherwagendienst) – oder die er digital speichern und elektronisch versenden lässt. Die Verlagsauslieferung führt i. d. R. alle (Medien-)Produkte ihrer » Kommittenten, das » Barsortiment eine große Auswahl gängiger Artikel vieler Verlage, die nicht nur für eine sehr kleine Zielgruppe produzieren.
Im buchhändlerischen Sprachgebrauch wird der Begriff Auslieferung oft (verkürzt) für die Verlagsauslieferung (als Institution) gebraucht, z. T. aber auch für die Tätigkeit (Funktion) als solche.
In Österreich und in der Schweiz vereinen die Auslieferungen verschiedene Zweige des Zwischenbuchhandels unter einem Dach, d. h., entweder sind sie sowohl Barsortiment als auch Verlagsauslieferung (Buchzentrum, Hägendorf/Schweiz, » Logistikzentrum) oder sie kaufen die auszuliefernden Bücher aus Deutschland auf eigene Rechnung mit » Remissionsrecht; dennoch sind sie keine Barsortimente, da sie nur die Titel der Verlage führen, die sie mit der Auslieferung beauftragt haben (so i. d. R. in Österreich und z. T. in der Schweiz). Außerdem übernehmen diese Auslieferungen oft die Vertretung der ausgelieferten Verlage.
Größere Verlage aus Österreich und der Schweiz haben i. d. R. eine (Verlags-)Auslieferung in Deutschland, d. h., sie liefern nicht direkt an den » Verbreitenden Buchhandel über die Grenze.

Auslieferungsvertrag

Der Auslieferungsvertrag ist die Basis für die Beziehungen zwischen » Kommittent (Verlag) und » Kommissionär (Verlagsauslieferung). Darin werden die Leistungen festgelegt, die die » Verlagsauslieferung zu erbringen hat und die Gebühren, die der Verlag dafür zu zahlen hat.
Beim Auslieferungsvertrag handelt es sich um einen Vertrag sui generis, der verschiedene Geschäfte des Handelsrechts miteinander verbindet. Das Kommissionsgeschäft (§§ 383 ff. HGB) ist nur bedingt anwendbar, da der buchhändlerische Kommissionär traditionell in fremdem Namen für fremde Rechnung tätig wird. Der Kommissionär nach § 383 HGB handelt in eigenem Namen für fremde Rechnung. Die Verlagsauslieferung erwirbt i. d. R. nicht die Verlagserzeugnisse ihrer Kommittenten, hat sie aber als Lagerhalter sorgfältig zu verwalten und ggf. (je nach Vertrag) auch zu versichern.
Es gibt vier Grundformen der Verlagsauslieferung (VA):
1. Auslieferung nach dem » Mandantenprinzip (früher der Regelfall des » Kommissionärs im Buchhandel):
Hier wird die Auslieferung für jeden Verlag (» Mandant) völlig separat geführt, vom Bestelleingang über die Auftragsbearbeitung, die Lagerung und Kommissionierung bis zur Fakturierung. Die Bezahlung erfolgt auf ein Konto des Verlages.
Bei immer mehr Verlagsauslieferungen können dennoch verlagsübergreifend Packstücke gebildet (» Versandgemeinschaft) oder gemeinsame Rechnungen erstellt (» Fakturgemeinschaft) werden, auch das » Inkasso (Eintreiben offener Forderungen) kann (als Zusatzleistung) vereinbart werden.
2. Fakturgemeinschaft:
Um nicht nur die Sendungen/Packstücke, sondern auch die Rechnungen zu bündeln, können mehrere oder alle Verlage in einer VA eine » Fakturgemeinschaft bilden. Alle ihre Titel (Artikel) werden dann auf eine Rechnung gesetzt. Die Rabatte können nach Vorgabe der jeweiligen Verlage nach Kunden, Titeln oder » Warengruppen differenziert werden, aber die Zahlungsbedingungen müssen einheitlich sein, da der Rechnungsbetrag im Ganzen auf ein Konto der Verlagsauslieferung überwiesen wird. Die Software der VA teilt dann die Umsätze und die eingehenden Zahlungen der Kunden auf die jeweiligen Verlage auf.
3. Factoring (Forderungskauf):
Die Verlagsauslieferung kauft die Forderungen ihrer Verlage bei Rechnungsstellung und kann damit die Bestellungen bei verschiedenen Verlagen entweder auf jeweils verlagsbezogene Rechnungen oder auf eine Rechnung setzen, in beiden Fällen aber zu einer Sendung bündeln. Die Bezahlung der Rechnungsbeträge erfolgt an die Verlagsauslieferung (nicht an die einzelnen Verlage!), da sie der Gläubiger ist, d. h. die Forderungen der Verlage gekauft hat.
4. Auslieferung auf eigene Rechnung:
Die Verlagsauslieferung kauft die auszuliefernde Ware (spätestens in der juristischen Sekunde) vor dem Verkauf an den Abnehmer (Groß- und Einzelhandel oder » Letztabnehmer/Konsument), was nur bedingt mit dem „Selbsteintritt des Kommissionärs“ (§ 400 HGB) vergleichbar ist; denn die Verlagsauslieferung kauft die auszuliefernden Artikel generell und nicht im Einzelfall zu den im Auslieferungsvertrag vereinbarten Konditionen (Rabatten, Remissionsrechten, Zahlungszielen usw.). Mit dem Kauf der Ware wird die Verlagsauslieferung zum Absatzmittler (Eigenhändler), d. h., sie verkauft die Ware wie ein Großhändler, setzt sie auf eine Rechnung und liefert sie in einer Sendung. Wer die Abgaberabatte festlegt, regelt der Auslieferungsvertrag. Diese Variante der Verlagsauslieferung gewährt einheitliche, auf die jeweiligen Rechnungen bezogene Zahlungsziele und -adressen, Skontoregelungen und Valutierung, d. h. nicht nach Verlagen getrennt – oder anders ausgedrückt: Die Zahlungskonditionen bestimmt die Verlagsauslieferung. Die Bezahlung erfolgt mit befreiender Wirkung nur an die Verlagsauslieferung.

Diese Form der Verlagsauslieferung findet man insbesondere in Österreich und der Schweiz (» Auslieferung) und bei manchen Importeuren (» Import).

Außendienst

Die » Barsortimente pflegen durch Besuche ihrer Kundenbetreuer den Kontakt zu ihren Kunden und vermitteln dabei ihre (Service-)Leistungen und deren (technische) Weiterentwicklung. Manche Buchgroßhandlungen, insbesondere die » Rack Jobber und die » Grossisten, wenige » Auslieferungen in Deutschland und die Mehrzahl der Auslieferungen in » Österreich und in der » Schweiz beschäftigen angestellte Reisende oder Handelsvertreter, die das gesamte Sortiment der Buchgroßhandlung beziehungsweise die Programme der von der Auslieferung vertretenen Verlage vor Ort (im Buchhandel u. U. auch bei größeren » Letztabnehmern) präsentieren und verkaufen.

Autopsie

Überprüfung und Ergänzung der Verlagsangaben nach Erscheinen des Titels mit dem Buch in der Hand. Dabei werden die Metadaten des Titels in den » Barsortimenten auch mit » Schlagwörtern, Klassifikationsmerkmalen und anderen Detailinformationen versehen.
Im Informationszeitalter geht die Aufnahme neuer Titel viel weiter: Es werden Cover gescannt, sofern die Titelbilder nicht als Dateien von den Verlagen kommen. Es werden Inhaltsverzeichnisse und Klappentexte eingelesen, der Titel wird um Hinweise auf Besprechungen, Verfilmungen, Auszeichnungen (der Autoren bzw. Urheber) usw. ergänzt. Kurzum, er wird so aufbereitet, dass nicht nur ein Buchhändler den Titel bibliografieren, sondern auch ein interessierter Leser sich ein umfassendes Bild von dem Titel machen kann, bevor er ihn kauft. Internetbuchhändler (wie Amazon) und Suchmaschinen (wie Google) sind nach wie vor dabei, möglichst viele oder sogar weltweit alle Veröffentlichungen (Bücher, Zeitungen, Zeitschriften, aber auch „graue Literatur“ wie Kongressberichte usw.) digital zu speichern und online verfügbar zu machen. Damit können Interessenten nicht nur (gezielt) in den Texten blättern, sondern sich auch (gegen Gebühr) den gewünschten Inhalt (Content) auf ihre Geräte herunterladen (Download).
„Search inside“ oder „Booksearch“ (Buchsuche) werden die Verschlagwortung von Medien nicht überflüssig machen, denn » Schlagwörter werden nicht nur aus den Texten generiert, sondern die Titel werden auch über „Schlagwortbäume“ den jeweiligen » Warengruppen bzw. Wissensgebieten zugeordnet.

Avis

Im Buchhandel der Warenbegleitschein für » Verlegerbeischlüsse, die über » Bücherwagendienste an die Buchhandlungen transportiert werden. Er enthält pro Paket neben der Anschrift des Empfängers (Sortimenters) die Absenderangabe (Verlag oder Verlagsauslieferung), das Gewicht des Paketes und das Gesamtgewicht der abgelieferten Pakete. Die Avise werden mit den Sendungen übergeben bzw. auf elektronischem Wege (E-Mail oder Fax) in der Nacht vor Anlieferung dem Kunden übermittelt. Soweit die Verlage/Auslieferungen einen » Strichcode mit der » ILN (» Verkehrsnummer)/» GLN auf den Adressaufkleber drucken, können zu den einzelnen Paketen auch Rechnungs- oder Lieferscheinnummern angegeben werden. Teilweise vergeben die Bücherwagendienste zur eindeutigen Zuordnung von Paketen zum Avis auch eigene Paketnummern, die auf einen separaten Aufkleber auf dem Paket neben dem Bearbeitungsdatum aufgedruckt werden (» Sendungsverfolgung). Eine Empfangsquittierung durch den Buchhändler ist nicht üblich, da die Bücherwagen die Buchhandlungen i. d. R. vor Ladenöffnung beliefern. Zur Realisierung dieser für beide Seiten vorteilhaften Lösung und als Zeichen des Vertrauens zwischen Buchhandel und Bücherwagendienst erhalten die Bücherwagendienste i. d. R. Schlüssel der Buchhandlungen oder separater Wareneingangsbereiche. Für abhanden gekommene Sendungen haftet der » Sortiments-Kommissionär nach § 18 der » Verkehrsordnung.

Aviszusammenstellung

Zusammenstellung der Tagesavise (» Avis) und der jeweiligen Tagesgewichtssummen als Berechnungsgrundlage für die monatlichen Transportgebühren (» Porto).

B

B2B

„Business to Business“ (geschäftlicher Verkehr zwischen Kaufleuten). Die Kommunikation über das Internet wird auch für den Buchhandel immer wichtiger. So können z. B. Buchhändler ihre Bezüge, Umsätze oder Vormerkerlisten bei » Barsortimenten und » Verlagsauslieferungen über das Internet einsehen, die Vormerkerlisten auf Wunsch ändern und ihre Sendungen bei Frachtführern (Paketdienste, Post/DHL) oder im » Büchersammelverkehr verfolgen (» Sendungsverfolgung); Verleger können sich über das » Internet in das » Informationssystem ihrer Verlagsauslieferung einklinken und für sie bereitstehende Daten abrufen. Schließlich ist » E-Commerce im Buchhandel häufig eine Verknüpfung von » B2C- und B2B-Anwendungen, weil der » Endkunde (» Letztabnehmer) in der Datenbank eines Barsortiments oder auf der Website von Verlagen und » Auslieferungen bibliografiert und dort eine Bestellung auslöst, die dann über die von ihm gewählte Buchhandlung oder direkt an ihn ausgeliefert (aber i. d. R. über die Buchhandlung abgerechnet) wird (» Fulfilment und » Internetbuchhandel).

B2C

„Business to Consumer“ (Verkehr zwischen gewerblichen Anbietern und » Letztabnehmern) ist die i. d. R. bekanntere Anwendung des Internets auf den elektronischen Geschäftsverkehr (» E-Commerce). Die » Barsortimente sind beim E-Commerce des Buchhandels häufig im Hintergrund tätig, weil sie die Datenbasis (» Titel-Datenbank) für die Recherche bereitstellen, gegebenenfalls die Bestellung des » Endkunden (Letztabnehmers) entgegennehmen und ausführen (» Fulfilment und » Internetbuchhandel).

BAG

Die Buchhändler-Abrechnungsgesellschaft wurde 1922 als Genossenschaft gegründet. Seit Juni 2010 gehört die BAG zur DZB BANK und mit ihr zur ANWR GROUP, einer europaweit tätigen Handelskooperation. Die BAG bietet sowohl das » Zahlungs-Clearing als auch die » Zentralregulierung an. Buchhandlungen, Verlage und Verlagsauslieferungen, die die BAG im Abrechnungsverkehr untereinander nutzen, können Kredite der DZB BANK, insbesondere für die Finanzierung des Schulbuchgeschäftes und für die Vorfinanzierung langer Zahlungsfälligkeiten, nutzen.
Zur BAG gehörte bis Ende 2008 der Informationsverbund Buchhandel (» IBU), der im Dezember desselben Jahres an die » MVB übergegangen ist und dort zum Geschäftsfeld » VLB zählt.
www.bag-service.de, www.ibu-service.de

Balkencode

» Strichcode

Barcode

» Strichcode

Barsortiment

Fachgroßhandel des Buchhandels. 1852 gründete Louis Zander das erste selbständige Barsortiment in Leipzig. Bereits einige Jahre zuvor (1847) hatte F. Volckmar begonnen, auf eigene Rechnung mit gebundenen Büchern zu handeln; allerdings war dies nur eine kleine Abteilung im großen » „Kommissionsgeschäft“ von F. Volckmar, der das Barsortiment von Louis Zander 1861 gekauft hat.
Der Begriff Barsortiment entstand, weil diese Großhandelsform ihr „Sortiment“ an den Buchhandel zu dem Preis liefert(e), zu dem der Verlag seine Titel normalerweise an Buchhändler (Wiederverkäufer) verkauft(e), wenn diese bar bezahl(t)en (» Originalrabatt).
Mit den Verlagen und den Buchhandlungen haben die Barsortimente i. d. R. Kontokorrentverhältnisse vereinbart. In diesem Fall erhalten die Kunden Dekadenrechnungen, z. T. auch Kontoauszüge eines Monats, deren Salden sie elektronisch oder konventionell per Scheck, Überweisung oder durch SEPA-Basislastschrift (bzw. SEPA-Firmenlastschrift) begleichen können.
Die Barsortimente bilden die Hintergrundlager des Bucheinzelhandels. Sie führen bis zu 40 Prozent aller Titel der physischen deutschsprachigen Buchproduktion (von reinen » PoD-Titeln einmal abgesehen), mit denen sie im Durchschnitt 90 bis 98 Prozent des Bedarfs einer Sortimentsbuchhandlung abdecken. Auf diese Weise kann der Buchhändler gebündelt, schnell (über Nacht) und kostengünstig die Titel besorgen, die die Barsortimente auf Lager haben. Damit helfen die Barsortimente dem Buchhandel, seinen Besorgungsauftrag im Rahmen der » Preisbindung zu erfüllen und entlasten die Verlage bzw. deren Auslieferungen von der Ausführung kostspieliger Kleinbestellungen (» Bezugswegoptimierung).
Inzwischen führen die Barsortimente nicht nur die klassischen „Gegenstände des Buchhandels“ (§ 7 der Satzung des » Börsenvereins des Deutschen Buchhandels), wie Bücher, Hörbücher,

Karten, Musikalien (Noten und Tonträger) und » Neue Medien, wie z. B. DVDs (mit Spielfilmen u. a.), sondern auch » Non-Books, wie Merchandiseartikel (im Zusammenhang mit Büchern), Spiele, Genussmittel (z. B. Kaffee, Tee, Wein) und Buchhandelsbedarf (Geschenkpapier usw.), die der Buchhändler bequem in den » Titel-Datenbanken recherchieren und ebenfalls über Nacht besorgen kann.
Man unterscheidet zwischen » allgemeinem Barsortiment (breites Lager, bis 500.000 Lagertitel) und » Spezialbarsortiment (tiefes Lager, einige tausend Titel bestimmter Spezialgebiete). Durch die Titelaufstockung wurden die allgemeinen Barsortimente KNV, Könemann (seit 2012 „Barsortiment Könemann Vertriebs GmbH“, Hamburg – Joint Venture mit Libri), Libri und Umbreit in Deutschland sowie das Buchzentrum (an dem Libri mit 20 Prozent beteiligt ist) in der Schweiz zu Wettbewerbern der Spezialbarsortimente, weil sie deren Titel ebenfalls auf Lager führen. Deshalb ist die Zahl der Spezialbarsortimente im Laufe der Zeit stetig zurückgegangen.
Zusätzlich zu den Lagertiteln (Lieferung über Nacht) bieten die Barsortimente in den letzten Jahren verstärkt Besorgungstitel an, die erst beim Verlag geordert werden, wenn der Auftrag des Buchhändlers vorliegt, oder die erst gedruckt werden (» BoD/ » PoD), wenn eine Kundenbestellung vorliegt.
www.knv.de, www.home.libri.de, www.umbreit.de, www.koenemann-bs.de, www.buchzentrum.ch

Barsortimentsanteil

1. Vom Verlag her gesehen: Anteil des Absatzes, der über die » Barsortimente abgewickelt wird (im Jahr 1999: 20,9 Prozent, im Jahr 2012: 21,3 Prozent - lt. Logistikumfrage des Börsenvereins 2013).
2. Vom Sortimentsbuchhandel aus gesehen: Anteil der Beschaffung, der über die Barsortimente läuft (im Jahr 1999: 28 Prozent, im Jahr 2011: 33 Prozent, lt. Buch und Buchhandel in Zahlen 2013).
I. d. R. wird der Absatzanteil (Ziffer 1) zitiert. Da die Barsortimente nicht in allen Absatzkanälen (gleichmäßig) vertreten sind und der Sortimentsbuchhandel weniger als die Hälfte des Buchmarktes repräsentiert (im Jahr 2011: 48,3 Prozent lt. Buch und Buchhandel in Zahlen 2013), differieren die Quoten (Absatz- und Beschaffungsanteil).
Nach der Diskussion um die » Branchenrationalisierung (1969 bis 1971) erhöhte sich der Barsortimentsanteil (am Buchabsatz) bis in die Mitte der 1970er Jahre auf ca. 26 Prozent, sank dann

aber Anfang der 1990er Jahre auf unter 18 Prozent. Mit der Diskussion um die Verpackungsverordnung begann eine Trendwende – aus der Einsicht, dass Einzel- und Kleinbestellungen rationeller über die Barsortimente (mit ihren » Mehrwegbehältern) abgewickelt werden können.
Die tendenzielle Verschiebung der Umsätze zugunsten der Barsortimente ist inzwischen zu einem Stillstand gekommen, obwohl viele Zentraleinkäufer und Buchhändler ihren Einkauf in Abstimmung mit Vertretern und Key-Accountern (Großkundenbetreuern) zunehmend auf die Hauptverlage (alle Titel von A-Verlagen, wichtige Titel von B-Verlagen) konzentrieren, während sie die Bezüge der übrigen Verlagsprogramme, Besorgungen und schnelle Lagerergänzungen (ausschließlich) über die Barsortimente abwickeln, sofern diese die bestellten Titel auf Lager führen (» Bezugswegoptimierung und » Funktionsverschiebung). Die Barsortimente unterstützen die Buchhändler dabei durch Paketangebote (» Aktionswannen, » Warengruppen- und Themenpakete) oder in Kooperation mit Verlagen (» Service) oder über Einkaufsgenossenschaften (» Anabel und » LG Buch).

Barsortimentsnummer

Seit der Einführung der » IT vergeben die Barsortimente jedem Titel, den sie ans Lager nehmen, eine eigene Nummer. Die Barsortimentsnummern wurden auch nach der Einführung der » ISBN beibehalten, weil die Vergabepraxis der Verlage nicht einheitlich war (und sich auch heute noch nicht immer an die Richtlinien hält) und ein Titel mit der ISBN daher nicht in jedem Fall eindeutig identifiziert werden kann (insbesondere bei Neuauflagen).
Bei den großen Barsortimenten kann man mit deren Barsortimentsnummer, der ISBN oder der » EAN bestellen, bei Umbreit kann man außerdem mit der KNV-Nummer bestellen, weil dieses Barsortiment in den » Titeldateien von KNV sigelt.

Barsortimentsquote

» Barsortimentsanteil

Barsortimentsrabatt

Der Rabatt, der den » Barsortimenten von den Verlagen gewährt wird, war traditionell die Summe aus » Grund- und Funktionsrabatt. Beide Rabatte wurden auf der Basis des gebundenen Ladenpreises berechnet. Bis zur Einführung des Buchpreisbindungsgesetzes (Oktober 2002) galt nach ständiger Spruchpraxis des Bundeskartellamts, dass Verlage dem Barsortiment keine schlechteren Konditionen gewähren durften als dem Einzelhandel. Im Spartenpapier, den „Verhaltensgrundsätzen des Buchhandels“, wurde deshalb (1985) festgelegt:
„Barsortimente werden von den Verlagen ohne sachlich gerechtfertigten Grund nicht zu ungünstigeren Bedingungen beliefert, als sie maximal Firmen oder Gruppierungen des Einzelhandels oder branchenfremder Unternehmen, insbesondere Großhändlern, eingeräumt werden.“ (Spartenpapier I. Verlage, Ziff. 1, dritter Unterpunkt)
Das Buchpreisbindungsgesetz (BuchPrG) übernahm diese Regelung in § 6 Abs. 3: „Verlage dürfen für Zwischenbuchhändler keine höheren Preise oder schlechtere Konditionen festsetzen als für Letztverkäufer, die sie direkt beliefern.“
Die Konditionen der Zwischenbuchhändler (gemeint: Barsortimente) bilden die Obergrenze (Höchstgrenze) für alle Konditionen und lösten damit die 50-Prozent-Marke ab, die das Bundeskartellamt einst als Obergrenze für den Einzelhandel gesetzt hatte, die noch mit der Preisbindung vereinbar war.
In § 6 Abs. 3 BuchPrG geht es also nicht um eine „Meistbegünstigungsklausel“ für Barsortimente, sondern darum, dass – egal aus welchem Grund – die Überschreitung der Barsortimentskonditionen die Funktion der Barsortimente als Garanten für die Überallerhältlichkeit der Bücher verkennt und der Preisbindung schadet, weil der gebundene Ladenpreis zum „Mondpreis“ wird. I. d. R. erhält dann eine Handelsstufe mehr als die Rabatte zweier Handelsstufen (Groß- und Einzelhandel) und u. U. mehr als der Verlag selbst (behält).

Beischlüsse

» Verlegerbeischlüsse und » Büchersammelverkehr

Besorgung

Im Buchhandel versteht man unter einer Besorgung die Bestellung eines Titels/Artikels, der vor Ort nicht vorrätig ist, entweder weil er nicht im Sortiment (bzw. auf Lager) geführt wird oder weil er (vorübergehend) ausgegangen ist.

Besorgungsgeschäft

I. d. R. liefert ein » Barsortiment die Titel, die es auf Lager hat. Bestellungen auf andere Titel werden über die » Bestellanstalt an die entsprechenden Verlage beziehungsweise deren Auslieferungen weitergeleitet.
Zusätzlich zu den Lagertiteln (Lieferung über Nacht) bieten die Barsortimente in den letzten Jahren verstärkt Besorgungstitel an, die erst beim Verlag geordert werden, wenn der Auftrag des Buchhändlers vorliegt, oder die erst gedruckt werden (» BoD, » PoD), wenn eine Kundenbestellung vorliegt. Hintergrund für diese Entwicklung sind die Wünsche der Internetshops, die immer mehr Titel in ihr Angebot aufnehmen, aber auch die Möglichkeiten moderner Digitaldruckverfahren, die die Produktion eines einzelnen Buches unmittelbar nach Bestelleingang ermöglichen (» PoD).

Bestellanstalt

Sie ist Teil des Sortimenter-Kommissionsgeschäfts (bei KNV seit 1829). 1842 entstand in Leipzig eine zentrale Austauschstelle für Bestellzettel. Eine Bestellanstalt (BA) erleichtert dem Buchhändler den Bestellverkehr, indem dieser den größten Teil seiner Bestellungen an seinen » Kommissionär sendet, der dann alle Bestellungen gebündelt an die entsprechenden Verlage/» Auslieferungen weiterleitet.
Im IT-Zeitalter ist der Begriff „Bestellanstalt“ veraltet und wird durch das modernere » Clearing Center abgelöst. In vielen Fachbüchern und in der » Verkehrsordnung für den Buchhandel in der Fassung vom 9. November 2006 wird aber nach wie vor der Begriff „Bestellanstalt“ verwendet: „Als Bestellanstalt leitet er (Sortiments-Kommissionär) im Auftrag des Sortiments-Kommittenten dessen Bestellungen an die Ver-

lage bzw. deren Auslieferungen weiter.“ (§ 1 Ziff. 3c letzter Satz)
www.knv.de, www.home.libri.de, www.ibu-service.de, www.comelivres.ch, www.koebu.at

Bestell-Clearing

Das Einsammeln, richtige Zuordnen und Weiterleiten fast aller Bestellungen einer Buchhandlung übernimmt das » Clearing Center. (siehe Schaubild)

Absatzorganisationen des Buchhandels

Bestell- und Bibliografiersystem

1976 begannen KNV und Libri mit der Einführung der EDV im buchhändlerischen Bestellverkehr. Aus den einfachen » Terminals, mit denen man nur bestellen konnte, entwickelten sich dialogfähige Systeme, mit denen man bibliografieren und bestellen kann sowie Meldungen über Lieferhindernisse und Preisänderungen erhält (» Warenwirtschaftssysteme, » Lieferbarkeitsabfrage und » OLA).
Für die Recherche und Bestellung durch Leser/Nutzer haben die Barsortimente und die » MVB endkundengerechte Internetshops entwickelt. Von Rohdaten bis zum individualisierbaren White-Label-Shop werden die Grundlagen für die Internetpräsenz des stationären Handels zur Verfügung gestellt (» Internet und » Internetbuchhandel).

Bestellstruktur

Der Großteil der Bestellungen geht auf elektronischem Weg beim Zwischenbuchhandel ein. Mehr als 90 Prozent der Bestellungen an die » Barsortimente werden über IT-Systeme aufgegeben. Die restlichen Bestellungen gehen telefonisch oder schriftlich (gelbe Post, Telex oder Telefax) ein. In den » Verlagsauslieferungen wächst der Anteil der elektronisch eingehenden Bestellungen auch, weil immer mehr Vertreter mit Laptops u. a. elektronischen Geräten arbeiten (2012: 76,27 Prozent, lt. Logistikumfrage des Börsenvereins 2013). „Reserven“ existieren dort, wo Lageraufträge des Sortiments noch in schriftlicher Form abgewickelt werden. Die Bestellung per Telex oder Telefax wird von den » Auslieferungen nicht gern gesehen, da diese Bestellungen (als „schriftliche“ Bestellungen) manuell erfasst werden müssen.
Wie die » Logistikumfrage über die Jahre zeigt, verbessert sich das Bestellverhalten des Buchhandels: Es werden immer seltener manuelle Bestellungen (per Post, Fax oder E-Mail) aufgegeben und immer mehr die standardisierte, elektronisch übermittelte Variante gewählt, d. h. Formate, die vom Empfänger (Verlage oder deren Auslieferungen und Barsortimente) ohne Bearbeitung in ihre » IT (EDV) eingelesen werden können.

Bestellwegoptimierung

» Bezugswegoptimierung

Bestsellerlisten

Im Buchhandel existieren in der Zwischenzeit viele Bestsellerlisten oft nach Formaten oder » Warengruppen aufgeteilt, die von Fachzeitschriften oder Dienstleistern (wie der GfK) in deren Auftrag im » Verbreitenden Buchhandel erhoben werden. Je nach Zusammensetzung der verschiedenen Panels kann es dabei zu unterschiedlichen Ergebnissen kommen, obwohl die einschlägigen Daten auf Verkaufszahlen (Daten aus Scannerkassen usw.) beruhen und nicht mehr (wie früher) auf den Einschätzungen der beteiligten Buchhändler(innen).
Die zweite Quelle sind die Sellerlisten der Barsortimente, die auf dem Ranking der (monatlichen) Verkaufszahlen ihrer Lagertitel basieren und in Fachzeitschriften veröffentlicht werden (» Marktinformation). Wo es um Bestseller nach Warengruppen/Formaten und um Trends von verschiedenen

Warengruppen geht, ist die richtige Eingruppierung der Titel in die Warengruppen notwendig, die auf der » Warengruppensystematik beruht. Manche Verlage gruppieren ihre Titel aber weniger nach dem Inhalt als nach der Präsentation (im Rahmen bestimmter Warengruppen) oder der Erfolgswahrscheinlichkeit in bestimmten Sellerlisten ein. Bei manchen Titelsegmenten ist auch die Zuordnung schwierig, weil die Titel sich z. B. sowohl an Jugendliche als auch an Erwachsene richten. Für eine große Diskussion sorgten 2011/12 die Wünsche einiger Verleger und der großen deutschen Nachrichtenmagazine neben den Hardcover- und Taschenbuch-Bestsellerlisten eine dritte Bestsellerliste für die preislich dazwischen liegenden Klappenbroschuren („Paperback-Bestseller") einzurichten.
Von den Bestsellerlisten zu unterscheiden sind die „Bestenlisten" (z. B. SWR), die auf der Basis von Wertungen (Jury aus Kritikern, Verlegern usw.) entstehen. Dazu gehören die meisten Empfehlungslisten (AVJ, Stiftung Lesen usw.).

Bezugswegoptimierung

Das Problem der Optimierung der Bestell- und Lieferwege ist so alt wie das » Barsortiment. In zeitlichen Wellenbewegungen kommt es zu einer tendenziellen Ausschaltung des Buchgroßhandels, weil die Verlage verstärkt den direkten Kontakt mit » Letztverkäufern aller Art (Buchhandel und Nebenmärkte) über Vertreter, Key-Accounter oder ihre Marketing-/Vertriebsleiter suchen, ihre Durchschnittsabgabe-Rabatte senken wollen (» Barsortimentsrabatte sind die höchsten Rabatte: § 6 Abs. 3 BuchPrG) oder im Rahmen von Markenartikelstrategien um den Platz im Regal und im Schaufenster der Buchhandlungen kämpfen. Buchhändlerinnen und Buchhändler lassen sich mit hohen Rabatten, Reizpartien (» Partie) oder » Jahreskonditionen beeinflussen. Nebenmärkte erhalten u. U. ein ganzes Bündel zusätzlicher Konditionen, von der Listungsgebühr bis zum Werbekostenzuschuss (WKZ), und bestellen deshalb beim Verlag bzw. bei dessen » Auslieferung oder bei einem » Regalgroßhändler, der von den Verlagen in den Stand gesetzt wird, entsprechend hohe Konditionen zu gewähren.
Dann setzt sich wiederum die Erkenntnis durch, dass eine vernünftige Arbeitsteilung zwischen Verlagen/Auslieferungen und Barsortimenten ihre Berechtigung hat: Große Mengen direkt beim Verlag/dessen Auslieferung ordern, Einzel- und Kleinbestellungen über die Barsortimente laufen lassen, weil sowohl die Auslieferungskosten (vom Aussetzen über das Fakturieren und Verpacken bis zum Zahlungsverkehr) als auch die Beschaffungskosten (von den Kosten der Bestellung über den Wareneingang bis zur Zahlungsregulierung und Entsorgung der Verpackung) dadurch verringert werden.
Diese Arbeitsteilung zwischen Verlagen/Auslieferungen und Barsortimenten wurde bereits 1971 im Oldenbourg-Plan (des Verlegers Dr. Rudolf Oldenbourg) gefordert und mit Zahlen belegt. Dies führte in der Folgezeit auch zu einem Ansteigen des » Barsortimentsanteils auf 26 Prozent (» Branchenrationalisierung). Seine Erkenntnisse gerieten jedoch wieder in Vergessenheit, als Verleger über Jahreskonditionen, portofreie Lieferung usw. versuchten, ihre Marktanteile zu erhöhen und als Sortimenter versuchten, die Jahreskonditionen in möglichst vielen Fällen auszuschöpfen. Die Weiterleitung von Bestellungen per DFÜ (» Bestellanstalt) und die Beschleunigung des » Büchersammelverkehrs führten dazu, dass der Zeit- und Kostenvorteil der Barsortimentsbestellungen gegenüber den Verlagsbestellungen sank.
Die » Verpackungsverordnung kam in den 1990er Jahren den Barsortimenten zugute, die im internen Kreislauf ihrer Bücherwagendienste » Mehrwegbehälter einsetzten und später auch den Verlagen bzw. ihren Auslieferungen die Nutzung dieser Behälter gegen Gebühr anboten.
Der „Hugendubel-Schock" (1995) zeigte, dass die erstarkenden Filialisten ihre eigenen Vorstellungen von der optimalen Beschaffung und Lagerhaltung durchzusetzen begannen.
Mit » Anabel wurde deutlich, dass diese Optimierung auch für kleinere Buchhandlungen interessant war und die Barsortimente unterstützen diese Entwicklung nicht nur als Kooperationspartner von buchhändlerischen » Genossenschaften/» Verbundgruppen, sondern auch durch eigene Modelle der Bezugswegoptimierung mit verbesserten Konditionen für die Bündelung von Bestellungen und/oder für die Bestellung im Rahmen bestimmter zeitlicher Grenzen, um die Auslastung ihrer Lager in den Vormittags- und frühen Nachmittagsstunden zu verbessern. Dazu kommen Serviceleistungen, wie die » regalfertige Lieferung und die » Zentralen Dienste.
Während die Bezugswegoptimierung die Rationalisierung aus Sicht des Einzelhandels (Buchhandels) im Blick hat, geht es bei der Branchenrationalisierung um den » buchhändlerischen Verkehr als Ganzen, d. h. um Vorteile für alle Beteiligten (Sparten).

Bibliographie

Bibliographie ist der buchhändlerische Fachbegriff für das Erfassen, Einordnen und Ermitteln (Recherchieren) von Titeln (Artikeln/Medien) mit Hilfe bestimmter Systeme.
Bibliographische Hilfsmittel sind Kataloge und Verzeichnisse in gedruckter und Dateien in digitaler/elektronischer Form. Mit ihrer Hilfe können Titel aufgefunden und nachgewiesen werden. Ferner kann recherchiert werden, ob sie lieferbar sind und als gedrucktes Buch, als Book on Demand (» BoD und » PoD) oder als » E-Book verfügbar sind – und wer sie evtl. im Rahmen des (klassischen) Antiquariats zum Kauf anbietet.
In der „Gutenberg-Galaxis" war Bibliographie eine eigene Wissenschaft, die man im Rahmen der Ausbildung (als Buchhändler oder als Bibliothekar) erlernte. Inzwischen haben moderne Formen der Recherche (Google u. a.) manche „Gesetze" der Bibliographie faktisch außer Kraft gesetzt. Stichwörter werden automatisch (aus dem Titel) generiert, Schlagwörter (» Schlagwort) aus dem Inhalt eines Buches „herausgezogen" und mit den entsprechenden Begriffen anderer Titel „vernetzt". Selbst systematische Zuordnungen (Schlagwortbäume) sind nicht mehr ausschließlich Sache bibliographischer Spezialisten. Dennoch spielt die Bibliographie im wachsenden Feld der Dokumentation immer noch eine wichtige Rolle.

BoD

„Books on Demand", ein von Libri geschützter Begriff: Bücher werden auf Bestellung gedruckt, was für alle Titel interessant

ist, deren voraussichtlich zu verkaufende Auflage zu niedrig ist, um sie in einem der bisher bekannten, seriellen Druckverfahren (wirtschaftlich) herzustellen (vgl. » PoD). Inzwischen erscheinen BoD-Titel im gleichnamigen Verlag und sind nicht nur über Libri, sondern auch über andere Barsortimente zu beziehen, die gängige BoD-Titel auf Lager halten, um auch diese Titel über Nacht liefern zu können.
Bei BoD erscheint das „ABC des Zwischenbuchhandels“ als gedrucktes Buch (Broschüre) für private und öffentliche Bibliotheken.
www.bod.de

Bonus (Plural: Boni)

Mit einem Bonus wird im Nachhinein das Erreichen vereinbarter Ziele (z. B. Jahresumsatz oder Umsatzsteigerung) vergütet. Der Bonus wird auf Basis des getätigten (Jahres-) Umsatzes oder des Umsatzzuwachses berechnet, nicht auf der Basis des Ladenpreises, wie sonst die Rabatte im Buchhandel errechnet werden. Zwei Prozent Bonus entsprechen deshalb nicht zwei Prozent Rabatt. Der Bonus muss auf den Ladenpreis umgerechnet werden, um ihn mit dem Rabatt vergleichbar zu machen. Erhält eine Buchhandlung 40 Prozent Rabatt auf den Ladenpreis, dann entsprechen zwei Prozent Bonus (auf den Einkaufspreis) 1,2 Prozent Rabatt (auf den Ladenpreis) – netto-netto oder brutto-brutto gerechnet, also entweder jeweils ohne oder mit der Mehrwertsteuer.
Alle » Barsortimente gewähren ihren Kunden ab einem bestimmten Jahresumsatz gestaffelte Boni (nach Jahresumsatzklassen), z. T. auch zusätzliche Boni für das Erreichen von vereinbarten Umsatzsteigerungen oder auf Bestellungen, die zu bestimmten Tageszeiten (» Lagerauftrag) getätigt werden.

Börsenverein

„Der Börsenverein des Deutschen Buchhandels mit Sitz in Frankfurt/Main (gegründet 1825 in Leipzig) hat den Zweck, die Interessen seiner Mitglieder … zu vertreten und die Erfüllung der Aufgaben des Herstellenden, des Verbreitenden und des Zwischenbuchhandels zu fördern.“ (§ 1, Abs. 3 und 4 der Satzung). Er ist die Organisation des gesamten Buchhandels. Die Sparten Herstellender Buchhandel (Verlag), Verbreitender Buchhandel (Bucheinzelhandel) und Zwischenbuchhandel sind – in drei Fachgruppen gegliedert – im Börsenverein vertreten. Daher wird der Börsenverein auch als „dreistufiger“ Verband bezeichnet.
Die Interessen des Zwischenbuchhandels vertritt der Ausschuss für den Zwischenbuchhandel, der jeweils für drei Jahre gewählt wird und aus fünf bis sieben Mitgliedern besteht.
www.boersenverein.de
Auch in » Österreich und in der » Schweiz vereinigen sich die Sparten (Verleger, Buchhändler und Zwischenbuchhändler) unter einem Dachverband: In Österreich ist dies der » Hauptverband des Österreichischen Buchhandels in Wien und in der Schweiz der » Schweizerische Buchhändler- und Verleger-Verband in Zürich.
www.buecher.at, www.swissbooks.ch, www.sbvv.ch

Branchenrationalisierung

Als das betriebswirtschaftliche Ergebnis der Buchhandlungen in der Bundesrepublik Deutschland Ende der 1960er Jahre zum ersten Mal nach dem Zweiten Weltkrieg auf null abzusacken drohte, wurden unter der Überschrift „Branchenrationalisierung“ verschiedene Pläne in der buchhändlerischen Öffentlichkeit diskutiert, wie der » buchhändlerische Verkehr schneller und kostengünstiger abgewickelt werden könnte.
Die Idee, den „Leipziger Platz“ in der Bundesrepublik Deutschland wieder aufleben zu lassen, fand ihren Niederschlag im Meurer-(Mohn-)Plan (eine zentrale Verlagsauslieferung für alle Verlage in Frankfurt am Main) und wurde später von den Betriebsberatern Hinze und Heinold an die damaligen Verhältnisse „angepasst“ (dezentrale Verlagsauslieferungen), aber schließlich vom Verleger Dr. Rudolf Oldenbourg 1971 „auf die Füße gestellt“. Er erkannte, dass die dezentralen Verteilstellen in Form der » Barsortimente bereits vorhanden waren und dass es für beide Seiten, d. h. Verleger und Sortimenter, sinnvoll ist, Bestellungen bis zu einer bestimmten Größe über die Barsortimente abzuwickeln (» Bezugswegoptimierung).
Durch die Podiumsveranstaltungen des Zwischenbuchhandels auf den Leipziger und Bonner Buchhändlertagen angeregt, begann 1992/93 ein erneutes Nachdenken über die „Branchenrationalisierung“, das dazu führen sollte, dass Buchhändler ihre Einkaufsgewohnheiten kritisch überprüfen, Verleger ihre Konditionen unter dem Aspekt verändern, Einzel- und Kleinbestellungen (wieder) über die Barsortimente laufen zu lassen und Barsortimente ihren Teil dazu beitragen, indem sie ihre Lager verbreitern (mehr Titel) und aufstocken (ausreichende Exemplarzahl pro Titel).
Während die Barsortimente seit 1992/93 ihren Lagerumfang von 150.000 bis 200.000 Titel auf 400.000 bis 500.000 Titel (2013) beträchtlich erweitert haben, haben nur sehr wenige Verlage ihr Konditionengefüge mit dem Ziel der Branchenrationalisierung verändert, obwohl dies dazu beitragen würde, den buchhändlerischen Verkehr zu beschleunigen und zu vereinfachen (» Bestellstruktur).
2001 versuchte der Ausschuss für den Zwischenbuchhandel mit einer Podiumsveranstaltung auf den Buchhändlertagen darauf hinzuweisen, welche Rationalisierungsreserven noch im buchhändlerischen Verkehr stecken, wenn man die Logistikkette prozessorientiert angeht, d. h. den Logistikprozess als Ganzes optimiert und nicht nur auf die jeweiligen Vorteile der einzelnen Glieder in der Kette abhebt. Mit » ECR (Efficient Consumer Response) haben andere Branchen bereits bewiesen, wie durch Rückmeldungen vom Point of Sale (aus der Scannerkasse des Einzelhandels an seine Lieferanten) Serien (Auflagen) präziser gesteuert und „just in time“ geliefert werden können, um so Herstellungskosten, Lagerkosten und -risiken zu minimieren.
Während auf Seiten des Buchhandels mit verschiedenen Modellen die Bezüge optimiert werden (» AGM, » Anabel, » AUB, » Bezugswegoptimierung, » Funktionsverschiebung und » LG Buch), testen Verlage mit ihren Auslieferungen, wie sie den Buchhandel schneller und serviceorientierter beliefern können, ohne dass die Auslieferungskosten (geringere

Bündelung aufgrund häufigerer Bestellungen und höhere Handlingskosten durch tagfertige Lieferung) erheblich steigen. In der » Schweiz haben sich zwei Auslieferungen (AVA, Affoltern a. Albis und Balmer Bücherdienst, Zug) zum Service Zentrum Buch (SZB) zusammengeschlossen, um in der Transportlogistik und bei der » Titel-Datenbank (Online-Katalog) einen höheren Servicegrad zu erzielen.

Buchgroßhandel

Wenig gebräuchlicher, aber in § 6 Abs. 4 Ziff. 1 der Satzung des Börsenvereins verwendeter Begriff („Buchgroßhandlungen") für den Großhandel mit Büchern. Der Fachgroßhandel wird in der Branche als » Barsortiment bezeichnet; der Großhandel mit Modernem Antiquariat firmiert als » Großantiquariat, der Großhändler, der Bücher als Nebenbranche führt, als » Grossist und der Großhändler, der die Regale der Kaufhäuser und SB-Märkte oder andere Fachgeschäfte (z. B. Sportartikel, Spielwaren, Gartenbedarf ...) mit Büchern bestückt, als » Rack-Jobber oder » Regalgroßhändler.

Buchhandel

Der » Börsenverein des Deutschen Buchhandels e. V. umfasst gemäß § 6 seiner Satzung den gesamten Buchhandel (buchhändlerische Unternehmen): den Herstellenden Buchhandel (Verlage), den Verbreitenden Buchhandel (Bucheinzelhandel einschließlich Antiquariaten und Werbenden Buch- und Zeitschriftenhandlungen/WBZ) und den Zwischenbuchhandel (Buchgroßhandlungen und Kommissionäre).
Im alltäglichen Sprachgebrauch steht der Buchhandel aber meist nur für den Bucheinzelhandel (Verbreitenden Buchhandel), unter Umständen sogar beschränkt auf den stationären Buchhandel (Sortimentsbuchhandel). Oft ergibt sich die Bedeutung des Begriffes Buchhandel deshalb nur aus dem Umfeld/Zusammenhang, in dem von „Buchhandel" die Rede ist.

Buchhändlerischer Verkehr

Darunter versteht man im » Buchhandel alle Warenbewegungen, Informationsflüsse und Zahlungsströme zwischen den Verlagen und den Buchhandlungen. Im „Brennpunkt" des buchhändlerischen Verkehrs stehen die Zwischenbuchhändler (und die » BAG). Die Rationalisierungspotenziale (vgl. » Bezugswegoptimierung, » Bündelung und » Branchenrationalisierung), die sich durch die Einschaltung des Zwischenbuchhandels (und der BAG) ergeben, sind immer noch nicht ausgeschöpft.

Büchersammelverkehr

Während früher die » Bücherwagendienste kleinerer » Barsortimente nur Ware des eigenen Unternehmens transportierten, transportieren die Bücherwagendienste heute sowohl Barsortimentssendungen und Kommissionsware (der eigenen Verlagsauslieferung) als auch » Verlegerbeischlüsse. Der Buchhändler kann als Kommittent also (fast) alle seine Bezüge über seinen » Sortiments-Kommissionär laufen lassen.
Um die günstigen Sammeltarife auszunutzen, die auf dem Monats- oder Jahresaufkommen (Tonnage) einer Buchhandlung beruhen, sollten auch solche Büchersendungen über den Büchersammelverkehr geschickt werden, bei denen die Verlage einen Teil oder das gesamte Porto übernehmen (Portobeteiligung bzw. Portofreiheit). Wenn die Verlage einen anderen Versandweg wählen, sinkt das Monats- bzw. Jahresaufkommen der Buchhandlungen und sie werden u. U. in eine schlechtere Gewichtsklasse eingestuft. Um dies zu vermeiden, können die Verlage den Buchhändlern ihre Beteiligung am Porto über eine entsprechende Gutschrift zukommen lassen.
Rund 90 Prozent aller Sendungen erreichen den Buchhandel innerhalb von zwei Tagen nach Abholung der Sendung durch den Bücherwagendienst beim Verlag bzw. dessen Auslieferung. Im Gegensatz zu DHL (Post) und den Paketdiensten erfolgt die Anlieferung durch die Bücherwagendienste i. d. R. vor Ladenöffnung der Buchhandlungen, deshalb kann die Übergabe der Sendungen vom Empfänger nicht quittiert werden. Ist im Fall des Verlustes einer Sendung keine Schuld festzustellen, „so haben der Abnehmer (als Absender oder Empfänger) und die beteiligten Kommissionäre dem Verlag jeweils die Hälfte des Rechnungsbetrages der in Verlust geratenen oder beschädigten Sendung in gleichen Teilen zu ersetzen" (§ 18 Ziff. 2b der » Verkehrsordnung).

Bücherwagen

Bücherwagen gab es bereits zu „Leipziger Zeiten", als die Reichsbahn Bücherwaggons von Leipzig und Stuttgart aus an die nachts fahrenden D-/Schnellzüge in alle deutschen Großstädte und nach Wien anhängte. Heute erfolgt die Zustellung ausschließlich durch LKW der Zwischenbuchhändler (als » Sortiments-Kommissionäre) oder der von ihnen eingeschalteten Spediteure und Frachtführer.

Bücherwagendienst

Nach dem Zweiten Weltkrieg bauten Zwischenbuchhändler Bücherwagendienste auf: Mit eigenen Lieferwagen, später auch mit (Vertrags-)Spediteuren und Frachtführern, wurden und werden Buchhändler im ganzen deutschsprachigen Raum (Deutschland, Luxemburg, Österreich, Schweiz, Südtirol) täglich angefahren. Im » Büchersammelverkehr transportieren die

Bücherwagendienste die Sendungen des eigenen » Barsortiments, die Kommissionsware der eigenen » Verlagsauslieferung und die » Verlegerbeischlüsse. Während KNV und Umbreit im eigenen Namen abrechnen, arbeitet BooXpress als Tochterfirma für Libri und Könemann (Vertriebsgesellschaft als Joint Venture mit Libri).
Die entfernungsunabhängigen Gebühren der Bücherwagendienste tragen dazu bei, dass Buchhandlungen in (von den » Kommissionsplätzen aus gesehen) entfernt gelegenen Orten nicht benachteiligt werden. Die » Preisbindung verbietet den Buchhändlern nämlich einen Aufschlag wegen höherer Warenbeschaffungskosten (außerhalb der Ballungsgebiete).

Buchzentrum

Das Buchzentrum in Hägendorf (bei Olten in der Schweiz) ist die älteste (noch existierende) Einkaufsgenossenschaft im deutschsprachigen Buchhandel, die 1882 als » Vereinssortiment (Schweizerisches Vereinssortiment) in Olten gegründet worden ist. Der operative Teil der Genossenschaft Schweizer Buchzentrum wurde per 1. März 2001 in die Buchzentrum AG (BZ) ausgelagert. An der Buchzentrum AG ist die deutsche Libri GmbH mit 20 Prozent beteiligt.
Unter einem Dach werden Barsortiment und Verlagsauslieferung (für die Schweiz) geführt, d. h. die Genossen (Buchhändler) erhalten in einer Sendung die Titel der Verlagsauslieferung mit » Original-Verlagskonditionen und die übrigen Bücher mit Barsortimentskonditionen – im Durchschnitt mit erheblich besseren Konditionen als bei einem Barsortiment, das keine Verlagsauslieferung hat oder diese getrennt führt. Im » Logistikzentrum von KNO und KNV in Erfurt kommt (ab 2015) dasselbe Prinzip zur Anwendung.
www.sbz.ch

Bündelung

Durch die Einschaltung des Zwischenbuchhandels (in jeder Form) wird ein hoher Bündelungseffekt und damit eine Rationalisierung des » buchhändlerischen Verkehrs erzielt. Theoretisch sind zwischen 2.000 Verlagen und 4.000 Buchhandlungen und Buchverkaufsstellen 2.000 x 4.000=8.000.000 Beziehungen (Bestellungen, Lieferungen, Meldungen, Zahlungen, Informationen ...) denkbar. Werden 20 Zwischenbuchhändler (Barsortimente, Bestellanstalten, Bücherwagendienste, Verlagsauslieferungen) eingeschaltet, so lassen sich die Beziehungen theoretisch bis auf 2.000 x 20 + 20 x 4.000=120.000 Beziehungen (15 Prozent) reduzieren.
Dies sind theoretische Zahlen. Konkret heißt das: Wenn eine Buchhandlung bei einem » Barsortiment bezieht, erspart sie sich eine Menge von Einzel- und Kleinbestellungen bei all den Verlagen, deren Titel von diesem Barsortiment geführt werden: eine Bestellung, eine Lieferung, eine Rechnung, eine Buchung, eine Zahlung anstelle vieler solcher Vorgänge.
Ähnliches gilt für den » Sortiments-Kommissionär: Statt bei vielen hundert Verlagen zu bestellen, gibt die Buchhandlung alle ihre Bestellungen bei einer » Bestellanstalt auf, die sie mit den Bestellungen anderer Buchhandlungen bündelt und an die entsprechenden Verlage/Auslieferungen weiterleitet.
Umgekehrt werden im » Büchersammelverkehr die Sendungen vieler Verlage/Auslieferungen zusammengeführt, um sie dann gebündelt den jeweiligen Buchhandlungen vor Ladenöffnung zuzustellen.
Die » Verlagsauslieferung schließlich bündelt die Titel ihrer Kommittenten nach Verlagen, » Versandgemeinschaften oder für alle Verlage in der Auslieferung, d. h. der Buchhändler hat eine Adresse für die Programme vieler Verlage. Diese wiederum nutzen gemeinsam die Einrichtungen (Lager, IT ...) ihrer Auslieferung.
Im Wege des » Clearing bündeln Verlagsauslieferungen außerdem die Zahlungsströme, sofern dies nicht schon aufgrund von » Fakturgemeinschaften, » Factoring oder in Form der Auslieferung im eigenen Namen und auf eigene Rechnung erfolgt. Außerdem bündelt die » BAG die Zahlungsströme zwischen dem » Verbreitenden und dem Herstellenden Buchhandel und den Verlagsauslieferungen, die kein Clearing in irgendeiner Form (s. o.) betreiben. Außerdem bietet sie » Genossenschaften bzw. » Verbundgruppen die » Zentralregulierung (als Dienstleistung) an.
Ohne den Bündelungseffekt des Zwischenbuchhandels wäre der buchhändlerische Verkehr heute nicht mehr denkbar. Er wäre umständlicher, langsamer, teurer ... und viele Titel würden nicht mehr den Weg zum » Letztabnehmer finden.

BWA-Satz

Der Betriebswirtschaftliche Ausschuss des Börsenvereins (BWA) hat 1993 einen Branchenstandard für die elektronische Übermittlung von Bestellungen, Rückmeldungen und Lieferscheinen geschaffen. Seitdem wurde der BWA-Satz nicht weiterentwickelt. Stattdessen hat der BWA 1998 die Umstellung auf den internationalen Standard » EANCOM empfohlen, allerdings bis heute mit sehr geringem Erfolg: Trotz mehrfachen Anmahnens (zuletzt 2010 durch die » AG PRO) dominiert immer noch der BWA-Satz im Buchhandel. Im » Internetbuchhandel und auf den (buchhändlerischen) Nebenmärkten (Kauf- und Warenhäuser, SB-Märkte ...) hat sich EANCOM dagegen etabliert. Neue Software im Buchhandel soll nur noch auf Basis von EANCOM programmiert werden.

C

CD-ROM

Abkürzung für „compact disc – read only memory“: nur lesbare (nicht überschreibbare) Scheibe, die vom Hersteller mit konstantem Inhalt (z. B. einer Datenbank) gebrannt und geliefert wird. Die CD-ROM wurde von der » DVD abgelöst, die weit größere Datenmengen speichern kann.

Clearing

Im Zwischenbuchhandel steht der Begriff des Clearings für jede Form der Bündelung und richtigen Zuordnung von Transaktionen: Hierzu gehören die Aufgaben des » Sortiments-Kommissionärs im Bestell- und Büchersammelverkehr, die Aufgaben von » Verlagsauslieferungen und der » BAG im Zahlungsverkehr,

die » Konvertierung (vom » BWA-Satz in » EANCOM-Format) im Bestellverkehr, inzwischen auch die Konvertierung beim Download von E-Books, wenn die Software (Formate/Entschlüsselung von Sicherungen) des „Readers“ mit der Software (Formate/Verschlüsselung von Sicherungen) des Anbieters nicht kompatibel ist (siehe auch » DRM und » E-Book).

Clearing Center

Moderner Begriff für Institutionen, die es im Buchhandel schon seit langer Zeit gibt (» Bestellanstalten). Je nachdem, um welche Form des » Clearings es geht, stehen dafür die » Sortiments-Kommissionäre im Bestell- und Büchersammelverkehr oder die » Verlagskommissionäre (» Verlagsauslieferungen) und die » BAG im Zahlungsverkehr sowie die Barsortimente (oder deren Dienstleister), die Sortiments-Kommissionäre und der » IBU bei der » Konvertierung von Daten zur Verfügung.
Im IT-Zeitalter wurde der Bestellzettel des 19. und 20. Jahrhunderts von IT-Systemen mit » Datenfernübertragung (DFÜ) verdrängt, die den Bestellvorgang beschleunigen, die Summe der im Clearing Center eingehenden Bestellungen in Sekunden nach Verlagen/Auslieferungen sortieren, zum vereinbarten Zeitpunkt elektronisch weiterleiten und den Verlagen/Auslieferungen die Erfassung ersparen, weil die aufbereiteten Daten direkt in die IT der Empfänger eingespielt werden. Verlage/Auslieferungen, die die Bestellungen nicht elektronisch empfangen können, erhalten die ausgedruckten Aufträge per Post oder Telefax.
Inzwischen übermitteln die Clearing Center (teilweise) auch Bestellungen ausländischer Buchhandlungen an deutsche Verlage und umgekehrt Bestellungen deutscher Buchhandlungen an ausländische Lieferanten (Verlage und Buchgroßhandlungen). Neben den Clearing Centern von KNV und Libri gibt es » IBU in Deutschland (mit dem Umbreit zusammenarbeitet), » Comelivres in der Schweiz und » KÖBU-Data in Österreich.
www.knv.de, www.home.libri.de, www.ibu-service.de, www.comelivres.ch, www.koebu.at

comelivres.ch

Während in Deutschland noch über eine » neutrale bzw. » zentrale Bestellanstalt diskutiert wurde, ergriffen die Schweizer Ende 1983 die Initiative zu einem nationalen Mailbox-System für den Buchhandel, das im Laufe der 1980er Jahre umgesetzt worden ist. Ähnlich wie » IBU in Deutschland und » KÖBU-Data in Österreich hat sich aus einem nationalen Bestell- und Bibliographiersystem ein Clearing Center zur elektronischen Kommunikation unter den Branchenteilnehmern entwickelt. Nach wie vor gibt es enge Verbindungen zwischen » Comelivres, » KÖBU-Data und » IBU.

D

Datenbanken

Datenbanken sind im Wege der » IT erstellte und gespeicherte Sammlungen von Daten, auf die in vielfältiger Weise zugegriffen werden kann. Die wichtigsten Datenbanken im Zwischenbuchhandel sind die » Titel-Datenbanken der » Barsortimente und des » VLB sowie die Kunden-Datenbanken (als Basis für CRM: customer relationship management) aller Zweige des Zwischenbuchhandels.

Datenfernübertragung

Mit der Einführung der Terminals des Zwischenbuchhandels begann 1976 die Datenfernübertragung (DFÜ) im » buchhändlerischen Verkehr. Heute findet die Datenübertragung übers Internet statt. Elektronisch übermittelte Daten vereinfachen den Datenfluss und die Übersetzung der Daten in die IT des Empfängers, sie ersparen manuelle Eingriffe und senken damit Kosten und Fehlerquellen. Dies ist auch der Grund für die Veränderung eines Handelsbrauches: Die Übermittlungskosten der Bestellungen via DFÜ zahlen heute die Empfänger und nicht mehr die Absender wie in Zeiten des Bücherzettel-Verkehrs: „Die Kosten der traditionellen Bestellübermittlung (per Post oder Telefax) trägt der Abnehmer.“ (§ 5 Ziff. 8 der Verkehrsordnung)

Delcredere/Delkredere

Die Gewährleistung für den Eingang einer Forderung, d. h. nicht nur deren Einzug (» Inkasso). Dies verlangt vom » Kommissionär die Übernahme einer unmittelbaren Haftung für die Verbindlichkeiten aus (bestimmten) Geschäften mit Dritten, sofern er gegenüber dem » Kommittenten das Delkredere dafür (ausdrücklich) übernimmt. Manche » Verlagsauslieferungen bieten ihren Kommittenten (» Mandanten) verschiedene Formen des Delkredere (gegen Gebühr) an.
Delkredere darf nicht mit dem » Factoring (Forderungskauf) verwechselt werden.

DFÜ

» Datenfernübertragung per (Telefon-)Leitung oder Funk.

Digitales Barsortiment

Die » Barsortimente verstehen sich seit Mitte des 19. Jahrhunderts als Fachgroßhändler für physische (gedruckte) Verlagserzeugnisse. Im Zeitalter der » E-Books und » E-Papers gibt es

Überlegungen, ob sich Barsortimente für digital gespeicherte und elektronisch übermittelte Titel engagieren sollen und im Wettbewerb mit den großen internationalen Plattformen von Amazon, Google usw. bestehen können. Während sich beim Handel mit gedruckten Büchern die durch die Barsortimente erbrachte Wertschöpfung (vgl. z. B. » Hintergrundlager) unmittelbar aufzeigen lässt, ist dies beim Handel mit „virtuellen" E-Books nur bedingt möglich. Daher hat das Barsortiment KNV 2012 entschieden, nicht mehr direkt als digitales Barsortiment aufzutreten, sondern diesen Geschäftszweig an die Firma ciando outzusourcen. Libri setzt auf das digitale Barsortiment, Umbreit arbeitet mit ceebo (media control) und das » Buchzentrum mit » Comelivres zusammen.

Digitale Verlagsauslieferung

Die erste (deutsche) digitale » Verlagsauslieferung („Zentrale Medien" in Bochum) wurde 2007 gegründet und 2009 von KNV übernommen.
Heute bieten die meisten Verlagsauslieferungen ihren » Kommittenten (» Mandanten) nicht nur die Auslieferung ihrer gedruckten Verlagserzeugnisse an, sondern auch die Digitalisierung, » Konvertierung, Datenhaltung („Hosting") und Übermittlung digital gespeicherter Inhalte. Je nach Vereinbarung mit den Mandanten erfolgt die Auslieferung der E-Books entweder direkt an den » Endkunden/» Letztabnehmer oder über » Aggregatoren (wie z. B. Bookwire), über Großhändler, die den Einzelhandel beliefern, oder über Einzelhändler, die » Endkunden beliefern. Nicht selten betreiben Händler beide Geschäfte (» B2B und » B2C), indem sie sowohl Wiederverkäufer (» Letztverkäufer) als auch Endkunden (» Letztabnehmer) beliefern.
Internetadressen digitaler Verlagsauslieferungen:
www.bic-media.com, www.bookwire.de, www.brocom.de, www.hgv-online.de, www.kn-digital.de, www.readbox.de, www.umbreitdigital.de, u. a.
(weitere Adressen » Verlagsauslieferung)
Händler:
www.amazon.de/kindle, www.ebook.de, play.google.com u. a.
Händler und Aggregatoren:
www.ciando.de, www.libreka.de, u. a.
Aggregatoren:
www.bookwire.de, www.readbox.de, u. a.

Download

Als Download bezeichnet man das Empfangen von Daten auf dem eigenen Computer, die über ein Netzwerk, meistens das Internet, von einem Server stammen. In den meisten Branchen wird der » E-Commerce so abgewickelt, dass Recherche, Bestellung und Rückmeldung (des Lieferstatus) elektronisch erfolgen, die Ware aber körperlich (physisch) verschickt wird. Beim Internethandel mit Verlagserzeugnissen gilt dasselbe, wenn gedruckte Bücher, Musikalien, Zeitungen oder Zeitschriften bestellt werden. I. d. R. existiert ihr Inhalt (Content) aber auch in digitaler Form, kann elektronisch verschickt und auf einen Computer oder ein mobiles (elektronisches) Gerät heruntergeladen werden. Dann sollte auch die Zahlung auf elektronischem Weg (Electronic Banking oder Cyber Cash) durchgeführt werden, damit die Lieferung des Content nicht zurückgestellt werden muss, bis die Wertstellung einer konventionellen Zahlung erfolgt ist.

DRM (Digital Rights Management)

Digital Rights Management, eine Form des » Kopierschutzes für digitale (Verlags-)Erzeugnisse, um die unberechtigte Weitergabe des „Content" in Form von Verkauf, Tausch, Miete oder Leihe zu verhindern. Das weiche DRM identifiziert mit einem „Wasserzeichen" den ersten Download(er), das „harte" DRM verschlüsselt den Inhalt (Content). Zur Entschlüsselung bedarf es der Registrierung des Nutzers und einer Adobe Software. Auch der Adobe DRM-Schutz kann vom Käufer, der die technischen Fähigkeiten hat und die kriminelle Energie investiert, entfernt werden.

DVD

Abkürzung für Digital Versatile Disc (engl. für digitale vielseitige Scheibe). Die DVD ist ein digitales Speichermedium, das einer CD ähnelt, aber über eine deutlich höhere Speicherkapazität verfügt und u. U. wiederholt „beschrieben" werden kann. Sie zählt zu den optischen Datenspeichern. Werden auf einer DVD Filme gespeichert, wird das Speichermedium als DVD-Video bezeichnet.

E

EAN

Die Europäische Artikelnummer ist eines von weltweit mehreren Systemen zur Nummerierung von (Konsum-)Gütern, als » GLN bzw. » GTIN internationalisiert: bis zu 14-stellige Nummern als Voraussetzung für die » Strichcodierung (Bar-/Balkencode). Die » ISBN ist über die Präfixe 978 und 979 in das internationale System der EAN integriert.
Die » ISMN der Musikalien beginnt mit 979-0.
Die » ISSN der fortlaufend erscheinenden Publikationen enthält als Präfix 977.
Für die meisten deutschen Presseerzeugnisse gelten besondere Standards: Hinter den Präfixen 419 (reduzierte MwSt.) oder 414 (volle MwSt.) folgen die VDZ-Nummer (fünf Stellen) und als Ausnahme von der Regel der EAN der (gebundene) Copy-Preis (4 Stellen), danach die Prüfziffer und als Add-on die Ausgabe/Heftnummer des Titels (fünf Stellen in kleinerem Format).

EANCOM (EAN + Communication)

EAN für den Handel (Commerce) ist ein Subset von » EDIFACT, des weltweiten Standards für den elektronischen Austausch von Daten in Handel, Transport und Verwaltung. Die Buchbranche, insbesondere ihre Software-Unternehmen, sollte nach der Empfehlung des Betriebswirtschaftlichen Ausschusses des Börsenvereins von 1998 und den Empfehlungen der » AG PRO von 2010 den » BWA-Satz nicht mehr unterstützen und neue

Software für den Buchhandel nur noch auf Basis von EANCOM entwickeln.
Bisher nutzen aber nur wenige große Unternehmen des Buchhandels, wie die großen » Barsortimente und » Verlagsauslieferungen, EANCOM für den Austausch von Bestellungen, Auftragsbestätigungen, Lieferscheinen und elektronischen Rechnungen mit wenigen Lieferanten und Kunden, vor allem den SB-Märkten, Warenhäusern und Internetbuchhändlern.
EANCOM setzt spezielle Systeme voraus, die für kleinere Verlage, Auslieferungen und Buchhandlungen sehr aufwendig sind, und hat sich darum im » Verbreitenden Buchhandel bisher noch nicht durchgesetzt. Deshalb bieten » Bestellanstalten bzw. » Clearing Center (auch » IBU) die » Konvertierung vom » BWA-Satz in EANCOM und umgekehrt als Service an. In den vergangenen Jahren hat die Fachgruppe EDI Media bei » GS1 Germany Empfehlungen für den Buchhandel entwickelt und veröffentlicht.
Seit 2009 gibt es bei » EDItEUR unter dem Namen » EDItX » EDI-Nachrichten für den Buchhandel, die auf der Internetsprache » XML basieren. In Deutschland wird zwar EANCOM favorisiert, aber EDItX wird inzwischen als Sales Report für die Abrechnungsmeldungen von E-Books eingesetzt.

E-Book

Digitale Bücher werden als E-Book bezeichnet und können sowohl die digitalen Ausgaben eines Printbuches als auch rein in digitaler Form erschienene Inhalte darstellen.
E-Books können online recherchiert und kostenpflichtig oder kostenlos bereitgestellt werden. Der Leser kann E-Books auf unterschiedliche Endgeräte (z. B. Computer, Smartphones, Tablets oder » E-Book-Reader) herunterladen und auf diesen anschließend auch ohne Internetverbindung – abhängig von der jeweiligen Lizenz – dauerhaft oder für einen limitierten Zeitraum nutzen. Auch für das reine Online-Lesen (Online-Streaming) sowie das Mieten oder Ausleihen von E-Books gibt es entsprechende Angebote.
Während in der Anfangsphase die meisten E-Books im PDF-Format angeboten wurden und auch heute noch viele tabellen- und grafikreichen Fachpublikationen im PDF-Format für wissenschaftliches Arbeiten genutzt werden, hat sich mittlerweile das EPUB-Format als Standardformat durchgesetzt, in erster Linie aufgrund seines variablen Satzspiegels und einer damit einhergehenden höheren Leserfreundlichkeit auf mobilen Endgeräten. Amazon setzt für seine hauseigenen Reader auf ein eigenes E-Book-Format (AZW). Ohne entsprechende Reader-App können bei Amazon erworbene E-Books daher nicht auf anderen Endgeräten genutzt werden. Umgekehrt können EPUB-Dateien nicht auf dem Amazon-Reader gelesen werden. Im Gegensatz zu diesem geschlossenen System setzen die meisten anderen Anbieter bewusst auf eine offene Content-Strategie: Der Endkunde entscheidet selbst, wo er seine E-Books kaufen möchte. Er ist somit nicht an einen bestimmten Anbieter und ein spezifisches Endgerät gebunden. Dieses offene System ermöglicht auch dem stationären Buchhändler, am Verkauf von E-Books im Laden und über den eigenen Web-Shop teilzuhaben.
Werden E-Books durch multimediale Inhalte oder Social Media Funktionen angereichert, spricht man von enhanced E-Books. Um derartige Inhalte abbilden zu können, wird auch das EPUB-Format kontinuierlich weiterentwickelt (aktuell EPUB 3.0.1). Visuell und funktional aufwendigere E-Books lassen sich auch als native App (betriebssystemspezifische App) oder Web-App (betriebssystemübergreifende, da über den Internet-Browser laufende App) umsetzen.
E-Books können mit unterschiedlichen Digital Rights Management-Verfahren (» DRM) gegen unerlaubte Vervielfältigung geschützt sein: Anbieter, die E-Books nicht ohne Kopierschutz anbieten möchten, setzen entweder ein hartes oder ein softes (weiches) DRM ein. Bei letzterem wird das E-Book unsichtbar oder sichtbar mit einem auf den Nutzer personalisierten Wasserzeichen oder Stamping versehen. So kann im Missbrauchsfall auf den Käufer zurückgeschlossen werden. Adobe DRM-geschützte E-Books sind „hart“ durch ein technisches Verfahren geschützt. Hier muss der Leser die Software Adobe Digital Editions auf sein Endgerät installieren und ein Benutzerkonto (Adobe-ID) einrichten. Inwieweit der Leser Inhalte des E-Books bearbeiten, kopieren oder drucken darf, wird über die Adobe-DRM-Rechteeinstellungen gesteuert.
Mit steigendem Angebot an digitalen Inhalten und Endgeräten wächst auch die Anzahl von Anbietern, die E-Books zum Download oder Online-Abruf verfügbar machen. Neben reinen Online-Buchhändlern und ursprünglich branchenfremden Playern verkaufen stationäre Buchhändler E-Books und Reader über eigene Web-Shops und im Laden. Autoren und Verlage bieten Publikationen auf eigenen Online-Plattformen an. Barsortimente eröffnen all diesen Marktteilnehmern als Großhandelsplattform für digitale Inhalte einen schnellen und komfortablen Einstieg in den digitalen Handel. Verlage können somit auch E-Books und Hörbuch-Downloads über Großhandelspartner im Markt platzieren. Händler profitieren ggf. von einem umfangreichen » digitalen Barsortiment (z. B. E-Books, E-Paper, Hörbuch-Downloads), aber auch beim Bezug von Hardware (Reader, Zubehör, POS-Materialien) sowie professionellen Digital-Lösungen (z. B. Remote Digital Warehouse, Masterfileweitergabe, White-Label-Shops).

E-Book-Reader

Als digitales Produkt ist das E-Book auf ein Ausgabegerät angewiesen. Neben Windows-PC oder Mac-Computern eignen sich dafür mobile Endgeräte wie Smartphones und Tablets sowie spezielle mobile Lesegeräte, die sogenannten E-Book-Reader (auch Reader). Die Frage des richtigen Endgerätes hängt von individuellen Präferenzen und der beabsichtigten Nutzung ab. Während Tablets eher durch eine multifunktionelle, multimediale Ausstattung und somit deutlich visuellere Darstellung überzeugen, sind E-Book-Reader kompakte, leichte Geräte mit speziell auf das Lesen von E-Books hin optimierten, augenfreundlichen Displays und einer sehr langen Akkulaufzeit. Diese Eigenschaften garantieren vor allem Viellesern hohen Lesekomfort. Die Preise der Reader liegen i. d. R. deutlich unter den Preisen der Tablets.
Sowohl Tablets als auch Reader lassen sich je nach Speicherkapazität mit mehreren tausend E-Books bestücken. Verfügt das Endgerät über eine mobile Internetverbindung, dann sind Kauf und Download direkt vom Gerät aus möglich. Alternativ können auf den Computer heruntergeladene E-Books per USB-Kabel auf ein Endgerät übertragen werden. I. d. R. sind auf Readern und Tablets die für das Lesen und Verwalten von E-Books erforderlichen Programme bzw. Apps bereits vorinstalliert. Eine große Auswahl an kostenlosen Reader-Programmen ist darüber hinaus für den Download auf Tablets, Smartphones und Computern in den App-(application software) Stores verfügbar.
Seit 2009 bieten » Barsortimente nicht nur E-Books zum Download an, sondern verkaufen (als Großhändler) auch E-Book-Reader an ihre Kunden (Buchhandlungen).

eBuch

In der „Informationsgemeinschaft Buch“ sind mehr als 630 Buchhandlungen (Stand November 2013) zusammengeschlossen, die alle über ein Warenwirtschaftssystem verfügen. Die Daten aus den Warenwirtschaftssystemen werden über das Internet miteinander verknüpft, um Auswertungen vornehmen zu können, um Trends zu analysieren und Daten für Bestsellerlisten gegen Entgelt an Dritte zu liefern. Mitglieder von eBuch können an » Anabel teilnehmen. Zur Zeit (November 2013) gibt es über 550 Anabelisten.
www.ebuch.net

E-Commerce

Der elektronische Handel findet entweder zwischen Unternehmen (» B2B/Business to Business) oder zwischen Unternehmen und Konsumenten/» Letztabnehmern (» B2C/Business to Consumer) statt. Im Buchhandel (und im Musikalienhandel) spielen beide Varianten eine immer größere Rolle. Buchhändler bestellen immer mehr über das Internet (B2B) und der Versandbuchhandel wandelt sich zum Internetbuchhandel (B2C).
Der Internetbuchhandel unterscheidet sich vom traditionellen Versandbuchhandel vor allem durch das elektronische Bibliografieren (Online-Recherche) und Bestellen (via Internet). Die Recherchemöglichkeiten werden ausgebaut: Der Kunde kann nicht nur Titelbilder sehen, Inhaltsverzeichnisse, Waschzettel und Rezensionen lesen, sondern auch online in den Büchern blättern, um sich ein Bild von dem Titel zu machen, den er bestellen will. Mit Buchbesprechungen, Empfehlungen (auch von Lesern) und individuellen Hinweisen (z. B. auf Auszeichnungen, Verfilmungen usw.) wird die Kaufentscheidung erleichtert. Auf Bestellung wird das Buch (oder ein anderer Artikel) dann per Post (DHL) oder Paketdienst (DPD, UPS ...) geliefert.
Immer öfter recherchiert der Kunde nicht nur im Internet, sondern er lässt sich das Gewünschte, den Content (Inhalt), zum Download liefern. Er kann ihn über das Internet gegen Gebühr auf den eigenen PC oder ein anderes Gerät, z. B. einen » E-Book-Reader herunterladen, lesen, ggf. ausdrucken und bearbeiten. Das Internet kennt i. d. R. keine mehrstufigen Bezugs- und Absatzwege, » Aggregatoren und Suchmaschinen einmal ausgenommen. Es verbindet „Sender“ (Autor/Urheber) und „Empfänger“ (Leser/Nutzer) auf direktem Wege, deshalb müssen sich der » Verbreitende Buchhandel und der » Zwischenbuchhandel im Internet anders definieren und neu aufstellen, wenn sie dort (im E-Commerce) eine Rolle spielen wollen.

ECR

Efficient Consumer Response: Andere Branchen sind dem Buchhandel (noch) voraus, was die Steuerung logistischer Abläufe betrifft. Dort werden die Daten aus den Scannerkassen (u. U. verbunden mit individualisierten Daten der Käufer aufgrund von Kundenkarten) nicht nur im eigenen Unternehmen ausgewertet, sondern den Lieferanten in vielfältiger Form zur Verfügung gestellt. Im logistischen Netz bedeutet dies, dass der Lieferant zeitnah (täglich oder stündlich) die Verkäufe seiner Artikel gemeldet bekommt, um „just in time“ reagieren zu können, d. h. nachzuliefern. So können die Bestände im Einzelhandel gering gehalten werden, ohne dass die Gefahr besteht, dass einzelne Artikel ausverkauft (nicht vorrätig) sind. Die Produzenten können innerhalb der Lieferkette ihre Produktion nahe an der Nachfrage steuern und ersparen sich Überproduktion und aufwendige Lagerhaltung, sofern sie in der Lage sind, flexibel zu produzieren (auch kleinere Serien/Auflagen) und „just in time“ zu liefern.
Manche Filialisten (anderer Branchen) gewähren ihren Lieferanten (auf Gegenseitigkeit) sogar Einblick in die Zahlen ihrer Wettbewerber, um für alle (Lieferanten) mehr Markttransparenz zu erzeugen.
Im Buchhandel hat ECR bei » Anabel und mit dem Angebot „Libri.Sortimente“ Einzug gehalten. Beim Handel mit Presseerzeugnissen kommt das Verfahren der » VMP (Verkaufstägliche Marktbeobachtung am Point of Sale) bereits seit vielen Jahren zwischen den Presse-Grossisten und den mit Scannerkassen arbeitenden Einzelhändlern/Filialisten zum Einsatz.

EDI

„Electronic Data Interchange“: Im Zeitalter internationaler IT-Vernetzung bedarf es internationaler Standards, um problemlos kommunizieren zu können (» EANCOM, » EDIFACT, » EDItEUR, » EDItX, » GLN, » GTIN, » ILN, » ONIX, » XML)

EDIFACT

„Electronic Data Interchange for Administration, Commerce and Transport“: Dieser internationale Standard für den Daten-

austausch zwischen Verwaltung, Wirtschaft und Logistik wurde unter der Schirmherrschaft der UN (Vereinte Nationen) entwickelt.

EDItEUR

Eine internationale Gruppe, die die Entwicklung von Standards für » E-Commerce in der „Buchindustrie“ koordiniert. EDItEUR bietet seinen Mitgliedern Beratung, Erfahrung, Forschung und Standards auf verschiedenen Gebieten wie

1. » EDI und andere » E-Commerce-Standards für Transaktionen Bücher und Zeitschriften betreffend
2. bibliografische und andere Produktinformationen
3. Standards für digitale Publikationen
4. » RFID (Radio frequency identification)
5. Management und Handel von Rechten

EDItEUR hat seinen Sitz in London und wird gesponsert von der European Booksellers Federation (EBF), European Bureau of Library and Documentation Associations (EBLIDA) und der Federation of European Publishers (FEP). Deutsche Mitglieder sind u. a. Koch, Neff und Volckmar GmbH und Marketing- und Verlagsservice des Buchhandels GmbH.

www.editeur.org

EDItX

Name einer Reihe von » EDI-Nachrichten für die „Buchindustrie“ auf der Basis von » XML, die von » EDItEUR entwickelt wurde. Für den Buchhandel liegen bisher (2009) Nachrichten für folgende Transaktionen vor:

1. Bestellung,
2. Auftragsbestätigung und Statusreport
3. Status-Anfrage und Abbestellung
4. Lieferavis
5. Lagerbestandsabfrage und -bericht
6. Abverkaufsmeldung (wird im deutschen Buchhandel zur Abrechnung von E-Books benutzt)
7. Lagerbestandsbericht
8. Rechnung

Weitere Nachrichten gibt es u. a. für Bibliotheksbestellungen:

www.editeur.org/editx/editex.html

EDV

Elektronische Datenverarbeitung: Der Begriff wird zunehmend durch » IT (Informationstechnologie) ersetzt.

EDV-Service

» IT-Service

Einholgebühr

Gebühr, die ein Verlag für den Transport seiner Bücher zum Sitz eines » Sortiments-Kommissionärs (» Kommissionsplatz) bezahlt, sofern er diese Sendungen nicht kostenfrei zustellt (vgl. § 15 Ziff. 2 Satz 2 der Verkehrsordnung).

EK/servicegroup

Die EK/servicegroup eG Bielefeld ist eine Mehrbranchen-Verbundgruppe mit den Geschäftsfeldern „living“, „comfort“, „family“ und „fashion“. In der Fachgruppe „Lesen & Erleben“ finden sich Buchhändler der » AUB und andere unabhängige Sortimentsbuchhändler, die die Vorteile gemeinsamen Einkaufs – einschließlich der » Zentralregulierung – und der leistungsorientierten Zusammenarbeit (ggf. auch auf den weiteren Geschäftsfeldern der EK) nutzen wollen. Die EK/servicegroup kooperiert mit KNV.

Elektronischer Lieferschein

Der elektronische Lieferschein ist Bestandteil der » regalfertigen Lieferung. Da der Lieferschein per » Datenfernübertragung vorab übermittelt wird, kann der Buchhändler seinen Wareneingang anhand der » Strichcodierung überprüfen, ohne die einzelnen Positionen auf einem Lieferschein aus Papier suchen und abstreichen zu müssen. Die Ware wird dadurch ins » Warenwirtschaftssystem eingebucht und Differenzen zum elektronischen Lieferschein einerseits und zu der (elektronisch übermittelten) Bestellung andererseits werden dem Bestellbuchführer angezeigt, um sie bei den Lieferanten (» Barsortimenten oder Verlagen bzw. deren » Auslieferungen) zu reklamieren.

Elektronische Rechnung

In Ergänzung zum » Elektronischen Lieferschein („Order Response“) bieten Verlage bzw. deren Auslieferungen und » Barsortimente seit vielen Jahren auch die „Elektronische Rechnung“ („Invoice“) an, d. h. dass die Rechnungen nicht mehr ausgedruckt und mit der Post verschickt, sondern elektronisch übermittelt und ggf. nach den Bedürfnissen der Empfänger aufbereitet werden. Als Standard dient » EDIFACT, ergänzt um die elektronische Signatur, sofern diese (noch) erforderlich ist.

Endkunde

Der letzte Käufer im Absatzkanal wird im Buchpreisbindungsgesetz als » Letztabnehmer bezeichnet (§ 2 Abs. 3). Dabei kann es sich sowohl um private als auch um gewerbliche Käufer (Unternehmen), um Behörden, Bibliotheken oder andere Institutionen handeln.

Endkundenversand

Als » Endkunden werden hier die letzten Käufer (» Letztabnehmer – § 2 Abs. 3 BuchPrG) verstanden, unabhängig davon, ob sie private oder institutionelle Käufer sind. Internetbuchhändler (» Internetbuchhandel) arbeiten selten mit einem eigenen » Zentrallager (Ausnahme: Amazon mit neun sog. „Hubs“ in Deutschland; Stand: 2013), vielmehr arbeiten die meisten mit einem Zwischenbuchhändler zusammen, der ihre Bestellungen nicht nur empfängt, sondern auch ausführt, d. h. die bestellten Bücher (und andere Erzeugnisse) in der vom Endkunden gewünschten Form (bis zur Geschenkverpackung) an diesen oder einen Dritten versendet (» Fulfilment). I. d. R. bleibt der Zwischenbuchhändler als Dienstleister im Hintergrund. Der Endkunde erhält seine Rechnung vom Internetbuchhändler und zahlt auch an diesen. Libri hat ein darüber hinausgehendes Provisionsmodell, d. h., Libri liefert direkt an den Besteller und zahlt der Buchhandlung, die den Auftrag vermittelt hat, eine Provision.

Zum Umfang der Dienstleistungen der » Verlagsauslieferungen gehörte es immer schon, dass im Auftrag der Verlage nicht nur Wiederverkäufer, sondern auch Endkunden beliefert werden, seien es Lehrer mit Prüfexemplaren, seien es Journalisten mit Rezensionsexemplaren oder Behörden, Bibliotheken, Unternehmen und Privatkunden, die der Verlag direkt beliefern lässt.

E-Paper

Mit E-Paper bezeichnet man landläufig die digitale Version von Zeitungen und Zeitschriften, die entweder eins zu eins ins Internet gestellt oder entsprechend bearbeitet, laufend aktualisiert und multimedial aufbereitet wird (vgl. auch » E-Book). Die E-Paper-Versionen von Zeitungen und Zeitschriften haben generell die Vorteile der Aktualität (verfügbar mit Redaktionsschluss bzw. bei laufenden Aktualisierungen „just in time“) und der Verlinkung. Tageszeitungen nutzen immer häufiger Apps (application software), um mobil jederzeit an jedem Ort zur Verfügung zu stehen.

E-Procurement

Unter elektronischer Beschaffung (auch E-Procurement genannt) versteht man die Beschaffung von Gütern und Dienstleistungen über das Internet. Sie wird vor allem im Bereich des institutionellen, betrieblichen, also des professionellen Einkaufs genutzt. Im Buchhandel wird darunter die Bereitstellung von Datenbanken von einem Buchhändler für Behörden, Bibliotheken und Unternehmen verstanden. Entweder werden die Datenbanken mit einer bereits beim » Kunden vorhandenen Lösung verknüpft oder der Händler stellt ein eigenes Programm zur Verfügung.

Mit E-Procurement werden die Beschaffung optimiert, das Controlling unterstützt, Kostensenkung betrieben und die Kundenbindung intensiviert. Führend im Bereich des E-Procurements sind große Fachbuchhandlungen, die eigene Lösungen anbieten. Kleinere Buchhandlungen können auf Systeme des Zwischenbuchhandels (POEM von KNV, Libri.biz, UmbreitBusiness) zurückgreifen.

E-Reader

Elektronisches Lesegerät zur Lektüre von » E-Books, » E-Book-Reader.

Etiketten

Im Rahmen ihres » Service bieten » Barsortimente und manche » Verlagsauslieferungen dem Buchhandel Etiketten mit der » ISBN, der » Barsortimentsnummer, dem Ladenpreis, ggf. auch dem Lieferanten, dem Lieferdatum, der » Warengruppe und mit einem individuellen Firmeneindruck der Buchhandlung an. Die ISBN wird sowohl in Klarschrift als auch in » EAN-Strichcodierung ausgedruckt. Die Etiketten helfen damit den Buchhändlern im Wareneingang und bei der » Warenwirtschaft.

Export

Einige Unternehmen des Zwischenbuchhandels haben sich auf den Export spezialisiert. Bei » Barsortimenten wird der Export von einer speziellen Exportabteilung betrieben. Die Exportfirmen betreuen Buchhandlungen im Ausland, liefern vorrätige Titel ab Lager und besorgen für ihre Auslandskunden Titel, die sie nicht auf Lager halten. Sie besuchen internationale Messen und erschließen so (neue) Märkte für das deutschsprachige Buch.

F

Factoring

„Forderungskauf“. Manche » Verlagsauslieferungen kaufen die Forderungen ihrer » Kommittenten, überweisen diesen das Geld bei Fälligkeit oder vorab gegen Zinsen, unabhängig davon, ob deren » Kunden pünktlich oder überhaupt bezahlen (zu unterscheiden vom » Delcredere: Übernahme des Risikos des Forderungsausfalls gegen zusätzliche Gebühr oder Versicherung). Auf diese Weise können sie entweder alle ausgelieferten Titel auf eine Rechnung setzen oder sie schreiben für jeden Verlag eine eigene Rechnung, bündeln aber die Aufträge zu einer Sendung. In beiden Fällen erzielen sie einen zusätzlichen Bündelungseffekt. Die Verlags-Kommittenten (» Mandanten) erhalten durch das Factoring einen exakt planbaren Liquiditätszufluss.

Faktura

Überkommene Bezeichnung für „Rechnung“ (italienisch: factura).

Fakturgemeinschaft

Die Titel/Artikel mehrerer Verlage einer Auslieferung werden zusammen auf eine Rechnung gesetzt. Ursprünglich haben sich die Verlage zu einer » Versandgemeinschaft zusammen-

geschlossen, um verlagsübergreifend „alles auf eine Rechnung“ setzen zu lassen.
Mit dem Konzept der „PlusFaktur“ bietet die KNO VA dem Buchhandel eine individuelle Teilnahmemöglichkeit am Rechnungsbündelungskonzept der Verlagsauslieferung an: Jeder Abnehmer kann entscheiden, ob er eine Abrechnung für alle teilnehmenden Verlage erhalten will oder weiterhin Rechnungen jedes einzelnen Verlages wünscht. Auch bei der Rechnungsbündelung werden die Konditionen mit jedem Verlag einzeln vereinbart, mit Ausnahme der Zahlungsziele, die entsprechend vereinheitlicht werden müssen, um „alles auf eine Rechnung“ setzen zu können. Mit der (einen) Rechnung werden auch die Packstücke zusammengeführt (» Bündelung). Ähnliche Modelle von Fakturgemeinschaften bieten immer mehr Verlagsauslieferungen an, um dem Wunsch des Buchhandels nach Rationalisierung im Wareneingang und im Rechnungswesen (möglichst wenige Lieferungen, Buchungen, Zahlungen usw.) nachzukommen. Verlagsauslieferungen, die nicht nach dem » Mandantenprinzip arbeiten, haben durch entsprechende Gestaltung des » Auslieferungsvertrages schon immer „alles auf eine Rechnung“ gesetzt und in einer Sendung geliefert.

Filialverkehr

I. d. R. übertragen Buchfilialisten ihren (internen) Verkehr zwischen den verschiedenen Standorten dem » Bücherwagendienst, der für sie auch im » Büchersammelverkehr (» Verlegerbeischlüsse) fährt (» Logistikdienstleistungen).

Fremdsprachige Literatur

Die » Barsortimente führen grundsätzlich fremdsprachige Literatur deutscher, österreichischer und Schweizer Verlage. Mitte der 1990er Jahre gingen sie dazu über, auch fremdsprachige Titel von Verlagen außerhalb des deutschen Sprachraums auf Lager zu nehmen. Inzwischen machen fremdsprachige (insbesondere englische und französische) Bücher ca. 20 Prozent des Titelumfangs eines Barsortiments aus. Darüber hinaus besorgen Barsortimente (auf Wunsch) ausländische, insbesondere englische und amerikanische Titel über dort ansässige Buchgroßhändler für ihre (deutschen) Kunden.

Fulfilment

Auf Wunsch und im Auftrag ihrer » Kunden aus dem » Verbreitenden Buchhandel bedienen die Zwischenbuchhändler deren Kunden (» Letztabnehmer), insbesondere im » Internetbuchhandel, auch wenn ihn Sortimentsbuchhändler als weiteren Absatzkanal (cross-selling) nutzen (» Endkundenversand).

Funktionsrabatt

Mit dem Funktionsrabatt entgilt der Verleger (Produzent) die Leistungen der einzelnen Handelsstufen. Der Funktionsrabatt des » Barsortiments ergab zusammen mit dem » Grundrabatt für den » Verbreitenden Buchhandel den Rabatt, den das Barsortiment vom Verlag üblicherweise erhielt (» Barsortimentsrabatt).
Der Funktionsrabatt des Barsortiments wurde auf der Basis des Ladenpreises (Endverkaufspreis) errechnet. Er war also niedriger als die Artikelspanne, die auf der Basis des Großhandel-Abgabepreises (Ladenpreis minus Rabatt an den Verbreitenden Buchhandel) errechnet wird. Mit der Einführung der » Jahreskonditionen veränderte sich das gesamte Rabattgefüge hin zu Mengen- und Umsatzrabatten, auch wenn die alten Begriffe wie Funktionsrabatt und Grundrabatt teilweise noch verwendet wurden. Das Buchpreisbindungsgesetz vom 2. September 2002 nimmt keinen Bezug mehr auf Grund- und Funktionsrabatt. Um die Preisbindung nicht von innen heraus auszuhöhlen, zieht das Gesetz aber Grenzen der Freiheit für die Konditionengestaltung der Verlage.
In § 6 Abs. 1 steht: „Verlage müssen bei der Festsetzung ihrer Verkaufspreise und sonstigen Verkaufskonditionen gegenüber Händlern den von kleineren Buchhandlungen erbrachten Beitrag zur flächendeckenden Versorgung mit Büchern sowie ihren buchhändlerischen Service angemessen berücksichtigen. Sie dürfen ihre Rabatte nicht allein an dem mit einem Händler erzielten Umsatz ausrichten.“
§ 6 Abs. 2 lautet: „Verlage dürfen branchenfremde Händler nicht zu niedrigeren Preisen oder günstigeren Konditionen beliefern als den Buchhandel.“ In Verbindung mit § 6 Abs. 3 (s. u.) gilt das auch im Verhältnis von » Grossisten und » Regalgroßhändlern zu den Barsortimenten (dort als „Zwischenbuchhändler“ bezeichnet). In § 6 Abs. 3 heißt es: „Verlage dürfen für Zwischenbuchhändler keine höheren Preise oder schlechtere Konditionen festsetzen als für Letztverkäufer, die sie direkt beliefern.“ Ein Verstoß gegen diese Regelung ist nicht nur eine unzulässige Benachteiligung der Barsortimente, sondern indirekt auch der über die Barsortimente beziehenden Einzelhändler. Dieser Absatz ist keine „Meistbegünstigungsklausel“ für die Barsortimente, sondern die Obergrenze der Konditionen(gestaltung), die an die Stelle der Spruchpraxis des Bundeskartellamtes getreten ist (50 Prozent Rabatt als Höchstgrenze).

Funktionsverschiebung

Der „Hugendubel-Schock“ war das Reizwort der Branche 1995. Kurz vor den Buchhändlertagen in Stuttgart hatte die Buchhandelskette Hugendubel angekündigt, den Direkteinkauf bei den Verlagen/Auslieferungen zugunsten eines höheren Bezuges bei den » Barsortimenten einzuschränken. Viele Verlage fürchteten daraufhin, dass die beabsichtigte „Verschlankung“ des Sortiments nicht nur zu Lasten der Tiefe (Stückzahl pro Titel), sondern auch zu Lasten der Breite (Vielzahl der Titel) gehen könnte, d. h., dass ihre Titel von Hugendubel (heute: DBH) nicht oder nur noch in sehr beschränkter Zahl geführt würden.
In der darauf folgenden Branchendiskussion zeigte sich, dass die Idee, die » Barsortimentsquote zu erhöhen, gar nicht so neu war (Rombach in Freiburg hatte dies bereits in den 1980er Jahren versucht) und dass viele Einkaufsvorteile (höhere Rabatte bzw. Jahreskonditionen) beim Direktbezug durch inner- und außerbetriebliche Lager- und Logistikkosten (über-)kompensiert werden (» Bezugswegoptimierung und » Rabattfalle). Um unter wirtschaftlichen Aspekten eine möglichst breite Lagerhaltung zu gewährleisten und alle übrigen Titel kostengünstig über Nacht besorgen zu können, wird der » Verbreitende Buchhandel die Barsortimente und ihre Dienstleistungen stärker in Anspruch nehmen. Ganz deutlich zeigt sich dies bei

» AGM und » AUB und bei den Genossenschaften eBuch (» Anabel) und » LG Buch, deren Mitglieder ihre Bezüge i. d. R. auf wenige Lieferanten (ausgewählte Verlage/Auslieferungen und ein Barsortiment) konzentrieren. Sie erzielen damit nicht nur Vorteile bei den Konditionen, sondern auch erhebliche Einsparungen bei den Kosten (Bezugswegoptimierung).
Der Anteil der Barsortimente am Buchabsatz in Deutschland ist deshalb leicht gestiegen (von 20,9 Prozent im Jahr 1999 auf 21,3 Prozent im Jahr 2012). Der Anteil der Barsortimente an der Beschaffung des Sortimentsbuchhandels ist von 28 Prozent (1999) auf 33 Prozent (2011) gestiegen, allerdings nicht gleichmäßig über alle Umsatzgrößenklassen. Die Differenz der beiden Entwicklungen erklärt sich dadurch, dass der Anteil des Sortimentsbuchhandels am gesamten Buchabsatz in diesem Zeitraum unter die 50 Prozent Marke (2012 auf 48,3 Prozent) gesunken ist (alle Zahlen aus Buch und Buchhandel in Zahlen 2013).
Andererseits überlegen die Verlage, wo sie bzw. ihre Auslieferungen den Wünschen des Buchhandels entgegenkommen können oder neue Dienstleistungen anbieten sollen, um die „Funktionsverschiebung“ in Grenzen zu halten. Die „Barauslieferung“ der VVA zielt(e) in diese Richtung. Alle » Verlagsauslieferungen haben inzwischen ihren „Durchsatz“, d. h. auch ihre Lieferzeit verkürzt.
Marktmächtige „Letztverkäufer“ (Buchkaufhäuser, -filialisten, Versand- und Internetbuchhändler) raten den Verlagen mehr oder weniger offen, ihre eigene Auslieferung aufzugeben und zu großen Verlagsauslieferungen zu gehen oder dorthin zu wechseln, damit sie deren Programme – gebündelt und möglichst am Folgetag zugestellt – bei wenigen „Lieferanten“ beziehen können (vgl. auch » Logistikzentrum).

G

Gegenstände des Buchhandels

Nach § 7 der Satzung des Börsenvereins des Deutschen Buchhandels gehören zu den Gegenständen des Buchhandels „alle Erzeugnisse der Literatur, Tonkunst, Kunst, Kartografie und Fotografie, die durch ein grafisches, fonografisches, fotografisches, fotomechanisches, optisches, magnetisches, digitalisiertes oder vergleichbares bestehendes oder neues Verfahren vervielfältigt sind oder im Wege der online-Nutzung verbreitet werden“.
Die Gegenstände des Buchhandels gehen also weit über das hinaus, was man traditionell unter Büchern versteht. Der Zwischenbuchhandel (als » Barsortiment und » Verlagsauslieferung) beschäftigt sich mit sämtlichen Gegenständen des Buchhandels, also nicht nur mit gedruckten Büchern und (Fach-)Zeitschriften, sondern auch mit Musikalien, Tonträgern, Karten usw. bis zur Diversifikation in » Non-Books – und natürlich auch mit (digitalen) Speicher- und (elektronischen) Vertriebsformen verschiedenster Inhalte (in Bild, Musik, Text, Sprache ...): » Neue Medien.

Genossenschaft

In der Geschichte des Buchhandels hat es immer wieder Genossenschaftsbewegungen gegeben, die häufig den Zwischenbuchhandel betrafen, seien es die » Verbands- oder » Vereinssortimente, seien es gemeinsame Einrichtungen des Zwischenbuchhandels, wie die Paketaustauschstelle oder die Zalko (Zahlungsverkehr Leipziger Kommissionäre – Clearingstelle) als Vorläuferin der » BAG, zu der lange auch der » IBU gehörte.
Die Genossenschaftsidee stand bei manchen Verlagsgründungen Pate, so beim dtv (Deutscher Taschenbuch Verlag) und beim UTB (Uni Taschenbücher), wo Verlage gemeinsam ihre Taschenbuchrechte verwerten, auch wenn diese Verlage nicht in der Rechtsform einer eG (eingetragene Genossenschaft) geführt werden, weil die eG sehr demokratisch organisiert ist (jeder Genosse hat eine Stimme, unabhängig von seinem Kapitalanteil), aber u. U. nicht schlagkräftig genug ist oder haftungsrechtliche Risiken birgt (Nachschusspflicht).
Der Verlegerdienst München (VM) wurde 1969 von Münchner Verlagen als genossenschaftliche Verlagsauslieferung gegründet. Er gehört seit 2002 zur Bertelsmann Distribution/VVA.
Im Zuge der Konzentration im » Verbreitenden Buchhandel erleben viele Genossenschaften der (Sortiments-)Buchhändler eine neue Blütezeit: » AUB in der » EK/servicegroup eG Bielefeld, » eBuch mit » ANABEL und » LG Buch als eigenständige Genossenschaften, in der Schweiz das » Buchzentrum in Hägendorf, das auf die längste Firmengeschichte einer Genossenschaft im Buchhandel (gegründet 1882) zurückblicken kann. Stärker ausgeprägt ist die Genossenschaftsbewegung im Handel mit PBS (Papier, Bürobedarf, Schreibwaren), den zahlreiche Buchhändler als Nebensortiment betreiben.
Auch wenn viele Einkaufs- und Marketinggenossenschaften rechtlich als eG (eingetragene Genossenschaft) organisiert sind, finden sie sich in der branchenpolitischen Diskussion eher unter dem Stichwort » Verbundgruppen.

GLN

„Global Location Number“ – Globale Lokationsnummer, in Deutschland bisher als » ILN (Internationale Lokationsnummer) bekannt. Eine GLN dient in » EDI dazu, eine Adresse weltweit eindeutig zu identifizieren. In Deutschland wird die GLN von » GS1 Germany vergeben. Der » Börsenverein vergibt (aufgrund einer Vereinbarung mit GS1 Germany) eine begrenzte Anzahl von GLN für alle Buchhandlungen, die Mitglied im Börsenverein sind. Verlage und Zwischenbuchhändler haben i. d. R. ihre GLN direkt von » GS1 Germany bezogen.
Die Tatsache, dass es kein umfassendes System von Adressnummern gibt, das alle Firmen des (deutschen) Buchhandels erfasst, ob Mitglied des Börsenvereins oder nicht, erschwert die weitere Rationalisierung und die Nutzung von » EDI.

Großantiquariat

Buchgroßhandlung für Modernes Antiquariat/Ramsch, u. U. mit einem Verlag verbunden, der in Lizenz „wiederbelebte“ Titel nachdruckt.

Gross(o)buchhandel

Buchgroßhandelszweig, der sich um 1900 aus der Vereinigung von Buch- und Pressegroßhandel entwickelt hat. Spätestens nach dem Zweiten Weltkrieg ging die Entwicklung von Buch- und Pressehandel so weit auseinander, dass die früheren

Grossobuchhandlungen seit den 1970er Jahren eigenständige » Barsortimente und Pressegroßhandlungen (» Presse-Grosso) betrieben, sofern sie nicht den einen oder den anderen Unternehmensbereich aufgegeben oder das Unternehmen geschlossen bzw. verkauft haben. 2013 gibt es nur noch ein Unternehmen in Deutschland, das Presse-Grosso und Barsortiment/Zwischenbuchhandel unter einem (Firmen-)Dach vereinigt (Umbreit).
Die Unterscheidung von Grossobuchhandel und Barsortiment hat deshalb keine Bedeutung mehr: Praktisch sollte sie den Absatzweg über den Grossobuchhandel an den Auch-Buchhandel (Buchverkaufsstellen) diskriminieren, indem die Unterscheidung zwischen Grossobuchhandel und Barsortiment einerseits sowie Auch-Buchhandel und Vollbuchhandel andererseits dazu diente, einen Rabattunterschied von fünf Prozent zu rechtfertigen (vgl. dazu die Regelungen in den » Verkehrsordnungen aus der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts).

Grossist

Großhändler, der Bücher als Nebenbranche führt (» Buchgroßhandel), häufig ein Schreib-, Spielwarengroßhändler oder Presse-Grossist.

Grundrabatt

Der Grundrabatt war traditionell der Original-Einzelstückrabatt, zu dem der Verlag den Buchhandel belieferte und den das » Barsortiment i. d. R. seinen Kunden gewährte. Um Einzel- und Kleinbestellungen auf die Barsortimente zu lenken, senkten manche Verlage die Rabatte für solche Bestellungen unter den (bisherigen) Grundrabatt, während die Barsortimente diese Bestellungen weiter zum („alten“) Grundrabatt lieferten. Aufgrund der » Jahreskonditionen der Verlage und der damit verbundenen Rabattspreizung zwischen mittleren und kleinen Sortimentern (Buchhändlern) einerseits und Buchkaufhäusern, Filialisten sowie großen Internet- und Versandbuchhändlern andererseits, gibt es keinen allgemeingültigen, barsortimentsrelevanten Grundrabatt mehr. Verlage gewähren Rabatte vielmehr nach den (Jahres-)Umsätzen der Wiederverkäufer – unabhängig von der Höhe eines Auftrags (keine Mindestbestellmenge) – und berücksichtigen dabei hoffentlich auch deren (sonstige) Leistungen (vgl. § 6 Abs. 1 BuchPrG).

GS1 Germany

Global Standards One Deutschland: GS1 Germany (vormals CCG, Centrale für Coorganisation GmbH in Köln) ist das Dienstleistungs- und Kompetenzzentrum für unternehmensübergreifende Geschäftsabläufe in der deutschen Konsumgüterwirtschaft und ihren angrenzenden Wirtschaftsbereichen. Es ist Gründungsmitglied der internationalen GS1-Organisation, deren Standards heute in 129 Ländern eingesetzt werden.
GS1 Germany ist ein kartellrechtlich anerkannter Rationalisierungsverband und Trägerin des Normenausschusses Daten- und Warenverkehr in der Konsumgüterwirtschaft (NDWK) im DIN (Deutsches Institut für Normung).
Ihre Regeln zum Weltstandard » GTIN mit den Identifikationssystemen für Produkte, Dienstleistungen, Lokationen und Packstücke sind die wichtigsten Empfehlungen zur Optimierung der Geschäftsprozesse. Mit » EANCOM und den ergänzenden WebEDI- und » XML-Standards hat sie die Voraussetzungen zur Rationalisierung des elektronischen Austausches von Geschäftsdaten geschaffen. GS1 Germany vergibt in Deutschland die » GLN (Global Location Number).
Neben den technischen Standards spielen Prozessstandards mit globalem Anspruch im Rahmen der » ECR-Strategien (Efficient Consumer Response) eine entscheidende Rolle. Als Trägerin der ECR Deutschland-Initiative arbeitet GS1 Germany mit den Organisationen in Österreich und der Schweiz sowie den anderen regionalen und globalen Initiativen zusammen.
Von GS1 Germany entwickelte Dienstleistungsangebote, insbesondere das „1WorldSync“, vormals SINFOS-Artikelstammdatenportal, erhalten so zusätzliche internationale Dimensionen
www.gs1-germany.de

GTIN

„Global Trade Item Number“ – Globale Handelsartikelnummer. Unter dieser Bezeichnung werden heute die verschiedenen international gebräuchlichen Systeme von Artikelnummern zusammengefasst. Die GTIN hat bis zu 14 Stellen. Die letzten 13 Stellen entsprechen der ISBN. Umfasst die GTIN 14 Stellen, werden an der ersten Stelle der GTIN die Packeinheiten, z. B. 10er-Pack, Palette usw. codiert. Für den Buchhandel ist weiterhin die 13-stellige » ISBN von Bedeutung, aus welcher der » Strichcode gebildet wird, der mit dem Scanner gelesen werden kann.
www.gtin.info (englisch)

H

Herstellender Buchhandel

„Zum Herstellenden Buchhandel gehören Verlage und Unternehmen, die Gegenstände des Buchhandels (§ 7) herstellen.“ (§ 6 Abs. 2 der Satzung des Börsenvereins des Deutschen Buchhandels e.V.)

Hintergrundlager

Die » Barsortimente bilden das Hintergrundlager des » Verbreitenden Buchhandels (Bucheinzelhandels), d. h. er kann schnell, gebündelt und kostengünstig alle » Besorgungen und Lagerergänzungen bei den Barsortimenten (je nach Absprache) bis 18 Uhr oder später bestellen, um die Bücher (Artikel) am nächsten Morgen, i. d. R. vor Ladenöffnung, zu erhalten. Um diese Funktion zu erfüllen, haben die Barsortimente ihre Läger immer mehr aufgestockt und führen 2013 (bis zu) 500.000 Titel auf Lager, davon ca. 20 Prozent in fremden Sprachen. Angesichts tendenziell sinkender Titelzahlen (Sortimentsbreite) in den Buchhandlungen (Auswirkung neuer Ladenkonzepte und der » Funktionsverschiebung) ist diese Funktion der Barsortimente eine der wichtigsten Säulen der Preisbindung. Ohne Barsortimente könnten die Buchhändler ihre Besorgungsfunktion nicht oder nur zu prohibitiv hohen Kosten flächendeckend aufrechterhalten.
Aber auch der » Internet-Buchhandel greift gerne auf das Barsortiment als Hintergrundlager zurück, weil im Rahmen des E-Commerce nicht nur Novitäten und gängige Backlist-Titel bestellt werden, sondern immer mehr der „long tail“ (lange Schwanz) aller lieferbaren Titel gefragt ist, auch wenn diese im stationären Buchhandel nicht mehr geführt werden oder nur noch im Wege von » PoD zu beschaffen sind. Die Möglichkeiten des Internets, der Recherche und der Verlinkung führen aber jeden Interessenten zum passenden – wenn auch kaum mehr verlangten – Titel.

Hörbuch-Download

Digitale Hörbücher können online gestreamt oder als Datei (z. B. im MP3-Format) auf den Computer heruntergeladen werden. Von dort lässt sich das digitale Hörbuch mit Hilfe einer Audiosoftware auf audiokompatible mobile Endgeräte wie MP3-Player aber auch E-Book-Reader mit entsprechender Audiofunktion übertragen. Für die Nutzung auf Smartphones stehen Apps (application software) zur Verfügung, die das Verwalten und Anhören von Hörbuch-Downloads auf dem Smartphone ermöglichen. Digitale Hörbücher können ähnlich wie E-Books mit einem » Kopierschutz versehen werden, z. B. einem digitalen Wasserzeichen, das zum Schutz der unerlaubten Vervielfältigung dient. Wie im E-Book-Geschäft, machen Hörbuchverlage ihre Titel sowohl über eigene Online-Plattformen als auch über » digitale Verlagsauslieferungen und » digitale Barsortimente verfügbar. Der » Endkunde kann somit Hörbuch-Downloads in den Online-Shops verschiedenster Online-Anbieter und Buchhändler kaufen. Neben dem Einzeldownload spielt im Hörbuch-Downloadbereich auch das Abonnement eine Rolle, das dem Endkunden im Rahmen einer monatlichen oder jährlichen Gebühr („Flatrate“) Zugriff auf ein breites Titelangebot eröffnet.

Hotline

Im Rahmen ihres » IT-Service unterhalten die Zwischenbuchhändler eine Hotline, bei der » Kunden anrufen können, wenn sie Probleme mit der Software (z. T. auch mit der Hardware) haben. Wenn irgend möglich, wird an der Hotline versucht, das Problem telefonisch zu klären, u. U. auch durch Einwahl in den Rechner des Kunden. Wenn das Problem so nicht gelöst werden kann, tritt der technische Außendienst der Zwischenbuchhändler vor Ort in Aktion.

Hugendubel-Schock

» Funktionsverschiebung

I

IBU

Informationsverbund Buchhandel, der 1990 aus der Fusion der BAG-Bestellanstalt mit BIBS (Buchhandels-Informations- und Bestellsystem) hervorgegangen ist (vgl. auch » Zentrale Bestellanstalt). Der Informationsverbund Buchhandel gehört seit dem 16. Dezember 2008 zur » MVB. Die » BAG wurde im Juni 2010 an die DZB Bank verkauft.
Der IBU konkurriert mit den anderen » Bestellanstalten im » buchhändlerischen Verkehr.
Bereits vor dem IBU sind » Comelivres in der Schweiz (gegründet 1984) und » KÖBU-DATA in Österreich (gegründet 1987) als zentrale (gemeinsame) Bestellanstalt des nationalen Buchhandels entstanden.
www.ibu-service.de

ILN

Internationale Lokationsnummer, Vorläufer der » GLN.

Import

Die Importeure haben sich auf die Einfuhr fremdsprachiger Literatur (Bücher, Zeitungen und Zeitschriften) bestimmter Länder oder Sprachräume spezialisiert, die sie entweder als Importgroßhändler (auf eigene Rechnung), als » National Distributor (für Zeitungen und Zeitschriften) oder als Auslieferer (» Auslieferung und » Verlagsauslieferung) importieren. Lagerkataloge, inzwi-

schen meist » Titel-Datenbanken, informieren den Buchhandel über die Titel, die ein Importeur führt, und ggf. auch über Titel, die er beschaffen (» Besorgung) kann. I. d. R. liegen die Titel-Datenbanken auf DVD vor und sind im » Internet zu recherchieren.
Die Importeure erleichtern dem » Verbreitenden Buchhandel die Arbeit: Sie ersparen dessen Angestellten, in ausländischen Datenbanken, Katalogen und Verzeichnissen zu bibliografieren, im Ausland zu bestellen, von dort zu beziehen und den umständlichen Zahlungsverkehr (außerhalb des Euro-Raums) abzuwickeln. Seit Mitte der 1990er Jahre importieren auch die allgemeinen » Barsortimente » fremdsprachige Literatur und nehmen sie auf Lager. Davor haben die großen Zwischenbuchhändler den Import als Streckengeschäft in Kooperation mit englischen, amerikanischen, französischen und schwedischen Buchgroßhändlern begonnen: Übermittlung der Bestellungen als » Bestellanstalt, Übernahme der Sendungen im » Büchersammelverkehr und Abwicklung des Zahlungsverkehrs (» Clearing Center und » Zahlungs-Clearing) für ihre Kunden.

Informationen

Die » Verlagsauslieferungen verfügen über umfangreiche » Informationssysteme für ihre Verlags-Kommittenten (» Mandanten). Neben den Absatzstatistiken, den Zahlen für die Provisionsabrechnung der Vertreter und die Honorarabrechnung der Autoren bieten viele Auslieferungen ihren Verlagen mannigfache Auswertungen zur Überwachung der Bestände, zur Außendienststeuerung und zur Unterstützung im Marketing.
Die » Barsortimente informieren den Buchhandel in unterschiedlicher Weise über die (von ihnen) bestverkauften Titel (» Bestsellerlisten und » Marktinformation), über Trends im Buchmarkt (Newsletter, Rundschreiben, Spezialkataloge und -verzeichnisse) und über alle Aspekte der Umsätze zwischen dem Barsortiment und der jeweiligen Buchhandlung. Auch für Verlage sind die Listen der in den Barsortimenten bestverkäuflichen Titel im Vergleich zu den verschiedenen veröffentlichten Bestsellerlisten interessant. Auf Wunsch (und gegen Gebühr) erhalten Verlage Absatzstatistiken für bestimmte Titel oder » Warengruppen ihrer Produktion nach Postleitzahlengebieten sortiert (vgl. „Die Thesen der Barsortimente“, Sonderdruck aus „Börsenblatt“ Nr. 43 vom 29. Mai 1987, These fünf).
Die » Bücherwagendienste öffnen mit der » Sendungsverfolgung (tracking & tracing) den Einblick (über Internet) in die Logistik-Kette, um feststellen zu können, wo sich eine gesuchte Sendung auf dem Weg vom Absender zum Empfänger gerade befindet.

Informationssysteme (der Verlagsauslieferungen)

Die Verlagsauslieferungen haben umfangreiche Informationssysteme für ihre » Kommittenten aufgebaut, die über das Internet jederzeit Zugang zu ihren Daten haben: Jedem » Mandanten stehen seine Daten aus der Auslieferung zur Verfügung, von Titelabsatzstatistiken bis zum Zahlungsverhalten der » Kunden. Manche Verlagsauslieferungen reichern diese Daten um weitere allgemein zugängliche oder gekaufte statistische Daten an, deren Kosten sie auf die interessierten Verlage umlegen.

Inkasso

Das Einziehen von Außenständen (fälligen Rechnungen) wird häufig von der » Verlagsauslieferung im Auftrag ihrer » Kommittenten übernommen. Dazu gehört auch das Mahnverfahren bis zur letzten außergerichtlichen Mahnung.

Internet

Das Internet als das Medium des Informationszeitalters bekommt im und für den » Buchhandel eine entscheidende Bedeutung. Kommunikation und Transaktion sind fast zeit- und grenzenlos möglich: Recherche (» Bibliografie) und » E-Commerce, Speichern und Abrufen großer Datenmengen beeinflussen den » buchhändlerischen Verkehr in einem solchen Maße, dass die Zwischenbuchhändler sich sehr früh und intensiv mit diesem Medium auseinandersetzen mussten, um es auf vielfältige Weise zu nutzen:

- Via Internet kann in allen » Titel-Datenbanken der » Barsortimente und im » VLB recherchiert (bibliografiert) werden, Buchhändler erhalten eine Rückmeldung über die Lieferbarkeit von Titeln.
  www.fitbis.de, www.home.libri.de, www.pcbis.de, www.ubitweb.de, www.vlb.de
- Als Hilfestellung zum » E-Commerce bieten die Barsortimente und die » MVB (Marketing- und Verlagsservice des Buchhandels GmbH) verschiedene Modelle (von der Warenkorbfunktion bis zu den Shoplösungen) an, um recherchierte Bücher auch bestellen zu können.
- Für Internetbuchhändler übernehmen Zwischenbuchhändler den » Endkundenversand (» Fulfilment).
- Aber nicht nur im » B2C-Bereich engagieren sich die Zwischenbuchhändler, auch im » B2B-Bereich sind sie aktiv und beschleunigen und erleichtern so die Kommunikation mit ihren Kunden (Buchhandlungen bei Barsortimenten, Verlage u. a. bei Verlagsauslieferungen): Newsletter, Informationsaustausch, Recherche, Bearbeitung von » Meldenummern/Vormerkern (» Vormerken) usw.
- Die » Informationssysteme der » Verlagsauslieferung bedienen sich des Internets.
- Der Zugang zur » Sendungsverfolgung im » Büchersammelverkehr erfolgt über das Internet.

Internetbuchhandel

Aus ersten Anfängen, den Bildschirmtext der Deutschen Bundespost als Kommunikationsmedium zu nutzen, erwuchs in Deutschland der Internetbuchhandel, der das Internet vorwiegend als Medium für Bibliografie (Recherche) und Bestellung, aber auch für Werbung, Kundenbetreuung und den Zahlungsverkehr nutzt. Neben großen, international tätigen Internetbuchhändlern betreiben die meisten Sortimentsbuchhändler und fast alle Versandbuchhändler den Internetbuchhandel als zweiten oder ergänzenden Unternehmenszweig.
Der Zwischenbuchhandel spielt für den (deutschen) Internetbuchhandel eine äußerst wichtige Rolle: Seine » Titel-Datenbanken und das » VLB sind die Plattformen, auf denen die » Kunden der Internet-Buchhändler recherchieren (bibliografieren) können, auf denen Bücher vorgestellt und beworben werden. Dazu dienen zum einen die Cover-Abbildungen und zum anderen Klappentexte, Rezensionen, Hinweise auf Verfilmung/Fernsehsendungen und Auszeichnungen und Zusatztexte, die teilweise vom Zwischenbuchhandel geliefert werden, teilweise aber auch von den Verlagen, vom Internetbuchhandel oder von dessen Kunden (Rezensionen) bereitgestellt werden.
Viele große Internetbuchhandlungen unterhalten kein eigenes Lager, sondern bedienen sich eines oder mehrerer » Barsortimente, die die Bestellungen der Endkunden „postwendend“ an diese oder Dritte (zu Beschenkende) nach den Vorgaben der Internetbuchhändler versenden (» Endkundenversand/» Fulfilment).
Andere Internetbuchhändler unterhalten eigene » Zentrallager (Amazon betreibt z. Zt. neun „Hubs“ in Deutschland) oder lassen ihr Zentrallager von einem Zwischenbuchhändler führen. Aber auch in diesem Fall benötigen sie die » Hintergrundlager der » Barsortimente, um den „long tail“ über Nacht besorgen zu können, den ihre Kunden so sehr schätzen, also die große Zahl an (weniger gängigen) Titeln, die Kunden im „Netz“ (Internet) finden, deren Umsatz es aber nicht rechtfertigt, sie im Zentrallager zu führen. Oft sind diese Titel auch im » Verbreitenden Buchhandel nicht mehr präsent oder können nur (noch) im Wege von » PoD beschafft werden.
(Sortiments-)Buchhändler, die das Internet nutzen, tun dies i. d. R. in Kooperation mit einem oder mehreren Zwischenbuchhändlern, die ihnen die Datenbasis (» Titel-Datenbank) liefern, mit deren Hilfe sie auf einen sehr viel größeren Vorrat an Titeln (» Hintergrundlager) zurückgreifen können, als sie selber auf Lager führen. Der Versand der Bücher wird i. d. R. (noch) von den Buchhandlungen selbst vorgenommen. Dabei müssen sie – wie jeder Distanzhändler/Versender – das Fernabsatzgesetz beachten.

ISBN

Die Internationale Standard Buch Nummer ist ein Nummernbereich der » GTIN, der weltweit für die »Buchindustrie« reserviert ist. Neben dem bisher verwendeten Präfix 978 wurde 2007 auch das Präfix 979 für die ISBN freigegeben. Die Benutzung der ISBN wird durch die internationale Norm » ISO 2108 geregelt, deren vierte Ausgabe am 30. Mai 2005 veröffentlicht worden ist.
13 Stellen: Präfix – Sprache – Verlagsnummer – Titelnummer – Prüfziffer
www.boersenverein.de (Volltextsuche)

ISMN

Die International Standard Music Number dient der internationalen Identifikation aller gedruckten Musikalien (Musikpublikationen), unabhängig davon, ob sie verkauft, vermietet oder (kostenlos) verliehen werden. Ähnlich wie die » ISBN, dient die ISMN zur eindeutigen und maschinenlesbaren Kennzeichnung (» Strichcode). Die 13-stellige für die » EAN verwendete Nummer beginnt mit dem Präfix 979-0.

ISO

International Organization for Standardization – Internationale Standardisierungsorganisation. Deutschland wird darin vom DIN (Deutsches Institut für Normung) vertreten.
www.iso.org, www.din.de

ISO 2108

Die internationale Norm für die ISBN bzw. deren aktuelle vierte Ausgabe (2005), wurde von einer internationalen Arbeitsgruppe von Fachleuten aus der „Buchindustrie“ entwickelt.

ISO 9001:2008

Das Ziel der ISO 9001:2008 im Rahmen der » Zertifizierung ist die ständige Verbesserung des Qualitätsmanagementsystems und damit der Produkte und Dienstleistungen zur Erhöhung der Kundenzufriedenheit, die stärkere Orientierung an den Unternehmensprozessen und die Gestaltung des Qualitätsmanagementsystems anhand von acht Managementprinzipien.

ISSN

International Standard Serial Number zur unverwechselbaren Identifikation von fortlaufend erscheinenden Publikationen, wie Zeitungen, Zeitschriften, Schriftenreihen und Jahrbüchern. Der Kern der ISSN besteht aus acht Ziffern, die durch einen Bindestrich in zwei Gruppen zu je vier Ziffern unterteilt sind. Die ersten sieben Ziffern stellen die eigentliche ISSN dar, die achte Ziffer ist die Prüfziffer. Um die ISSN als Strichcode umzusetzen, wird den ersten sieben Ziffern der ISSN eine 977 vorangestellt. Die elfte und die zwölfte Ziffer sind für Spezial- oder Doppelausgaben reserviert und werden ansonsten mit jeweils einer Null aufgefüllt. Die 13. Stelle fungiert als Prüfziffer. Die ISSN basiert auf der internationalen Norm ISO 3297 in der vierten Fassung (2007). In Deutschland konnte sie sich nur in geringem Umfang durchsetzen. Tageszeitungen und Publikumszeitschriften, z. T. auch Fachzeitschriften, arbeiten nach wie vor mit dem VDZ-Nummern-System (VDZ: Verband Deutscher Zeitschriftenverleger). Die VDZ-Nummern sind mit einer Sondergenehmigung in die » EAN überführt worden. Die EAN für Presse-Erzeugnisse enthält in Deutschland – als Ausnahme von der Regel – den Copy-Preis (gebundener Endverkaufspreis) im Code und die Ausgabe-Nummer (Heftfolge) des Titels im Add-On, der – i. d. R. verkleinert – an den Strichcode des Titels anschließt.
www.issn.org (englisch), **www. vdz.de**

IT

Informationstechnologie, hat die Bezeichnung EDV (elektronische Datenverarbeitung) weitgehend abgelöst.

IT-Service

Die Unternehmen des Zwischenbuchhandels sind seit jeher führend in Fragen der Technologie und des technischen Fortschritts. Das galt und gilt sowohl für deren interne Organisation als auch für den Service, den sie ihren Kunden bieten. So wurden bereits in den 1960er Jahren IT-Lösungen für interne Anwendungen geschaffen. Seit 1976 wurden – zunächst von den großen » Barsortimenten – Bestellterminals (teils gegen Gebühr, teils kostenlos) an die Buchhandlungen verteilt. Mit diesen » Terminals konnten Bestellungen elektronisch an die Barsortimente und an die » Bestellanstalten zur Weiterleitung an die Verlage bzw. deren Auslieferungen geschickt werden.
Im Laufe der 1980er Jahre wurden von den Barsortimenten Online-Recherchesysteme entwickelt, die den Buchhandlungen Abfragen ermöglichen, ob ein Titel im Barsortiment verfügbar ist. Anfang der 1990er Jahre wurden schließlich PC-Systeme (in Verbindung mit CD-ROM-Datenbanken) entwickelt, die dem Buchhandel einen ganzen Strauß von Anwendungen eröffneten: Adressverwaltung, Bestellen, Bibliografieren, Textsystem und » Warenwirtschaft, um nur einige Beispiele zu nennen. Die » Hotline unterstützt Kunden, die dabei Hilfe benötigen, weil sie alleine und nach entsprechenden Schulungen nicht weiterkommen.
Im Internet-Zeitalter kommt dem IT-Service der Barsortimente eine ganz neue Bedeutung zu (» Internet). Die einfachen Terminals sind dagegen in die Geschichte eingegangen (werden nicht mehr verwendet).
Das IT-Service-Angebot der Verlagsauslieferungen richtet sich an die Verlage (» Informationssysteme) und ihre Vertreter (Laptops und andere mobile Geräte). Der IT-Service wird von einer » Hotline ergänzt, die ein Anwender anrufen kann, wenn er nicht mehr weiter weiß.

J

Jahreskonditionen

Während der » Verbreitende Buchhandel bis in die 1970er Jahre neben den » Grund- und » Staffelrabatten (einschließlich der Naturalrabatte in Form von » Partien) nur noch anlassbezogene Rabatte wie Messe- und Reiserabatte kannte, setzten große Buchhandlungen und die ersten Filialisten seit den 1980er Jahren ganzjährig geltende Vereinbarungen durch, wie sie die Taschenbuchverlage schon länger angeboten hatten. Diese „Jahreskonditionen“ regeln die Lieferbedingungen, insbesondere die Rabatte, unabhängig von Messe- oder Vertreterbesuch nach dem Jahresumsatz und anderen Leistungen (§ 6 Abs. 1 BuchPrG) der entsprechenden Buchhandlung (oder der gesamten Filialkette). Viele Buchkaufhäuser, Sortimentsbuchhändler, alle Filialisten, Versand- und Internetbuchhändler erhalten seitdem ganzjährig „Reisekonditionen“, wenn sie die vereinbarten Bedingungen erfüllen. Grund- und Staffelrabatte stehen deshalb meist nur noch auf dem Papier.
Die großen Kunden der Verlage setzten im Laufe der Zeit immer höhere Rabatte und günstigere Zahlungsziele durch und nähern sich auf diese Weise den Barsortimentskonditionen. Da sie aber nicht nur Kunden der Verlage, sondern auch der » Barsortimente sind, verwischte sich die traditionelle Rabattgestaltung (» Barsortimentsrabatt, » Funktionsrabatt, » Grundrabatt), denn als Kunden der Barsortimente erwarten sie auch von diesen bessere Konditionen als die traditionellen Grund- und Staffelrabatte.
Da die Barsortimente sich bisher im Wesentlichen (Ausnahmen » Anabel, » Bezugswegoptimierung, » LG Buch und » Schulbücher) noch an die titelbezogenen Grund- und Staffelrabatte der Verlage halten, gewähren sie größeren Kunden höhere Barzahlungsrabatte (Skonti) sowie Jahresumsatzrabatte (» Boni) und haben ihre Gebührenstaffeln degressiv (sinkende Gebühren bei steigenden Umsätzen bzw. Gewichten) gestaltet.

K

Katalog

Jedes » Barsortiment informiert mit Hilfe seines Kataloges, der heute nur noch in elektronischer Form vorliegt (» Titel-Datenbank), teilweise auch durch » Sigelung seiner Lagertitel im » VLB oder im Katalog eines konkurrierenden Barsortiments (Umbreit sigelt auch bei KNV) über die von ihm geführten Titel (Artikel), d. h. „Gegenstände des Buchhandels“ und Zusatzartikel wie Hörbücher, Filme, Computerspiele und » Non-Books.
Mitte der 1990er Jahre sind die großen » Barsortimente KNV und Libri sowie das Buchzentrum dazu übergegangen, ihre Barsortimentskataloge auf CD-ROM, später auf DVD anzubieten. Seit 2012 werden die Barsortimentskataloge online angeboten. Updates aller Daten stehen täglich zur Verfügung. Wichtige Informationen wie Preise oder Lieferstatus können mehrmals täglich aktualisiert werden.
Die Bibliographie erfolgt unter einer grafischen Oberfläche, unter der auch die Kataloge der Barsortimente und die internationalen Datenbanken zu finden sind, mit denen amerikanische, englische, französische, italienische und spanische Titel bibliographiert werden können.
Sowohl die Kataloge der Barsortimente als auch das VLB bieten eine Menge an Zusatztexten und -informationen, insbesondere die Abbildungen vieler Titel (Cover), wie sie auch in den Internetanwendungen der Titel-Datenbanken zu finden sind.
Nach einer Voraufnahme, die aufgrund der » ONIX-Meldung oder einer schriftlichen Vorankündigung des Verlages erfolgt, werden nach Erscheinen des Titels die bibliografischen Angaben durch » Autopsie (mit dem Verlagserzeugnis in der Hand) überprüft, korrigiert und erweitert. Gerade die Verschlagwortung (» Schlagwort) kann qualifiziert nur anhand des vorliegenden Buches erfolgen.
Da das VLB (» MVB) nur Meldungen der Verlage bekommt, sie aber ohne angeschlossenes Barsortiment nicht „körperlich“ überprüfen kann, fehlt ihm die Autopsie, sofern sie nicht von einem Barsortiment geliefert wird, und das VLB muss sich bei den Schlagwörtern auf die Meldungen der Verlage verlassen (können).
2001 erschien der letzte gedruckte Barsortiments-Gesamtkatalog. Teilkataloge und Spezialverzeichnisse werden fallweise immer noch in der Printversion aufgelegt, z. B. die (halb-)jährlich erscheinenden DVD-, Non-Book- und Spielekataloge von KNV und Umbreit.

Kleinbeischlüsse

sind die Folge von Einzel- und Kleinbestellungen bei den Verlagen bzw. deren Auslieferungen, die von den » Bücherwagendiensten im » Büchersammelverkehr als » Verlegerbeischlüsse mitgenommen werden. Trotz der anhaltenden Debatte (» Branchenrationalisierung) wiegen bei den Verlagsauslieferungen 49,16 Prozent aller ausgehenden Packstücke nicht mehr als fünf Kilogramm (» Logistikumfrage 2013 bei den Verlagsauslieferungen). Hier liegen noch große Rationalisierungsreserven im » buchhändlerischen Verkehr, sofern die bestellten Titel auch bei den » Barsortimenten erhältlich sind (» Bezugswegoptimierung). Die Zahlen der Logistikumfrage sind insofern zu relativieren, als die Bücherwagendienste nur im buchhändlerischen Verkehr eingesetzt werden, also nicht Sendungen an Dritte (» Endkunden/ » Letztabnehmer) transportieren. In dem Maße, wie Verlage das Direktgeschäft (mit Endkunden) forcieren, steigt tendenziell der Anteil der Kleinpackstücke (unter 5 kg), denn die Letztabnehmer, insbesondere private Kunden, pflegen bei einem Verlag bzw. dessen Auslieferung nur ein Buch oder wenige Bücher zu bestellen, da sie Bücher für den (sofortigen) Gebrauch ordern und kein „Lager“ unterhalten. Selbst Bibliotheken und Firmenkunden bestellen nur selten mehrere Exemplare pro Titel. Der Versand dieser Bestellungen erfolgt üblicherweise über die Paketdienste oder die Post/DHL (unter 1 kg als Büchersendung).

KÖBU-DATA

Auf Initiative von Christoph Balmer (» SBVV und » Comelivres) und Franz Scharetzer wurde 1987 die KÖBU-DATA Ges. m. b. H. in Wien als österreichische Variante einer nationalen » Bestellanstalt gegründet (vgl. auch » IBU).
www.koebu.at

Kommissionär im Buchhandel

„Der buchhändlerische Kommissionär handelt im Auftrag, im Namen und für Rechnung des Verlages, des Sortiments oder beider …“ (§ 1 Ziff. 3b der Verkehrsordnung). Buchhändlerische Kommissionäre sind Verleger- bzw. Verlags-Kommissionäre (» Verlagsauslieferung) und die Sortimenter- bzw. Sortiments-Kommissionäre (» Bestellanstalt und » Büchersammelverkehr). Nur in zwei Fällen (KNO/KNV und Umbreit) gibt es noch Kommissionäre, die sowohl Verlags-Kommissionär als auch Sortiments-Kommissionär sind.

Kommissionär nach HGB

Kommissionär ist, wer es gewerbsmäßig übernimmt, im eigenen Namen Waren oder Wertpapiere für Rechnung eines anderen (des Kommittenten) zu kaufen oder zu verkaufen (§ 383 HGB). Ein Teil der Verlagsauslieferungen arbeitet heute als Kommissionär nach HGB oder in einer Mischform zwischen Kommissionär und Großhändler (» Auslieferungsvertrag).

Kommissionsgebühren

Die Gebühren im » Kommissionsgeschäft unterteilen sich in Gebühren für die Nutzung der » Bestellanstalt, konkret für die Weiterleitung von Bestellungen an Verlage oder deren Auslieferungen (und ggf. für Rückmeldungen). I. d. R. werden dafür Cent-Beträge pro Bestellzeile entrichtet. Die Gebühr für den » Bücherwagendienst des Barsortiments errechnet sich entweder in Prozent vom Rechnungswert oder als Kilogebühr (vgl. » Porto). Im » Büchersammelverkehr hat der Empfänger Kilogebühren zu entrichten. Der Betrag pro Kilo ist umso niedriger, je höher das Gewichtsaufkommen im Büchersammelverkehr (und im Barsortiment) ist, d. h. die Kilogebühren-Tabelle

ist degressiv aufgebaut (je höher die Gewichte, desto geringer der Preis pro Kilo).
Der » Kommittent eines » Sortiments-Kommissionärs bezahlt i. d. R. zusätzlich zu diesen variablen Gebühren für die Nutzung der Bestellanstalt und des Büchersammelverkehrs noch eine fixe Gebühr pro Monat, die als „Kommissionsgebühr" bezeichnet wird und unabhängig ist vom Grad der Nutzung der Bestellanstalt und/oder des Büchersammelverkehrs.
Schließlich erhalten die Bücherwagendienste noch » Einholgebühren von den Verlagen bzw. ihren Auslieferungen, die nicht frei » Kommissionsplatz (Sitz des Sortiments-Kommissionärs) liefern (§ 15 Ziff. 2 der Verkehrsordnung).

Kommissionsgeschäft

Historische Bezeichnung für ein Unternehmen, das als buchhändlerischer Kommissionär tätig ist. Dieser Begriff wird manchmal im Zusammenhang mit dem » Sortiments-Kommissionär oft eingeschränkt auf den » Büchersammelverkehr oder den » Bücherwagendienst verwendet, seltener auch für den » Verlags-Kommissionär (Verlagsauslieferung). Im eigentlichen Sinne umfasst das Kommissionsgeschäft jedoch die ganze Palette der Dienstleistungen (Funktionen) des buchhändlerischen Kommissionärs (» Kommissionär im Buchhandel).

Kommissionsplatz

Sitz des Kommissionärs: Die Buchhandelsgeschichte kennt traditionelle Kommissionsplätze, an denen portofrei geliefert worden ist (z. B. Berlin, Frankfurt am Main, Leipzig, Stuttgart). Der historische Begriff hat heute nicht mehr dieselbe Bedeutung wie damals. Nach der » Verkehrsordnung für den Buchhandel ist der Kommissionsplatz der Sitz des (jeweiligen Sortiments-)Kommissionärs. Im » Büchersammelverkehr muss der Verlag seine Bücher dorthin kostenlos liefern oder eine » Einholgebühr bezahlen (§ 15 Ziff. 2 der Verkehrsordnung), wenn er die » Verlegerbeischlüsse abholen lässt.
Während früher am Kommissionsplatz portofrei geliefert worden ist, wird heute am Kommissionsplatz eine (reduzierte) Zustellgebühr vom (belieferten) Buchhändler erhoben.

Kommissionsware

In Anlehnung an alte Handelstraditionen gibt es noch die Lieferung » à condition. Kommissionsware unterscheidet sich von fest gelieferter Ware mit Rückgaberecht (» Remissionsrecht) dadurch, dass die Ware im Eigentum des Lieferanten bleibt und nur die verkauften Exemplare zu einem bestimmten Zeitpunkt abgerechnet werden. Im Falle des Rückgaberechts muss die Lieferung (mit dem eingeräumten Zahlungsziel) bezahlt werden. Die Ware geht in das Eigentum des Käufers über, der dann das Risiko trägt. Die später zurückgegebenen Bücher (Artikel) werden bei der Rückgabe (Rückkauf) gutgeschrieben. Die Gutschrift wird im Rahmen des Kontokorrents verrechnet.
Die » Verlagsauslieferung ist i. d. R. nicht Eigentümer der bei ihr lagernden Bücher und sonstigen Artikel. Als Lagerhalter (§§ 467 ff. HGB) ist die Verlagsauslieferung verpflichtet, die ihr anvertraute Ware sorgfältig zu lagern und je nach » Auslieferungsvertrag zu versichern. Etwas anderes gilt für die Auslieferung auf eigene Rechnung (» Auslieferungsvertrag), insbesondere in » Österreich und in der » Schweiz. Dort erwirbt die Auslieferung die Verlagserzeugnisse, d. h. wird Eigentümer, hat aber volles Remissionsrecht.

Kommittent

Auftraggeber (» Mandant) eines Kommissionärs, d. h. Buchhandlungen bei den » Sortiments-Kommissionären (Bestellanstalten, Bücherwagendiensten) und Verlage bei den » Verlags-Kommissionären (Verlagsauslieferungen).

Konvertierung

Die Umwandlung von Daten und Programmen von einem Format in ein anderes („passendes") Format gehört zu den Dienstleistungen (» Service) des Zwischenbuchhandels, z. B.:

- Konvertierung BWA-Satz
  Da ein großer Teil der Buchhändler bzw. ihrer Softwarehäuser noch am » BWA-Satz festhält, bieten verschiedene Zwischenbuchhändler und der » IBU die Konvertierung des BWA-Satzes in » EANCOM (und umgekehrt) an.
- Konvertierung E-Books
  Zwischenbuchhändler übernehmen die Digitalisierung und Konvertierung von Büchern auf die jeweiligen E-Book-Formate. Je nach Anbieter und Literaturgattung werden die digitalen Inhalte in unterschiedlichen Formaten (EPUB, pdf, mobipocket usw.) versendet. Nicht alle Empfangsgeräte können alle Formate verarbeiten. Ähnliches gilt für die Sicherungssysteme (» DRM und » Kopierschutz). Vor allem für mittlere und kleinere Verlage bietet der Zwischenbuchhandel durch diese Dienstleistungen kostensparende Möglichkeiten zum Einstieg in das E-Book-Geschäft.

Kopierschutz

Weil das Hochladen und Verbreiten bzw. Herunterladen und Bearbeiten von Inhalten via Internet erheblich einfacher ist als das Herstellen und Vervielfältigen der gedruckten (physischen) Form, schützen Verlage (und andere Hersteller) ihre Werke vor illegaler Vervielfältigung/Verbreitung mit einem » Kopierschutz (DRM).

Kopierschutz (» DRM)

Der „harte" Kopierschutz verhindert auf technische Weise die unberechtigte Vervielfältigung (oder auch Bearbeitung) von urheberrechtlich geschützten Inhalten. Das bedeutet z. B., dass ein Inhalt der aus dem Internet auf einen E-Book-Reader, Laptop, PC, Smartphone o. a. heruntergeladen worden ist, nicht (ohne weiteres) auf ein anderes Gerät überspielt werden kann, egal ob es demselben Nutzer oder einem fremden gehört. Bei aller technischen Raffinesse finden sich immer wieder Spezialisten, die auch den „härtesten" Kopierschutz knacken können. Nicht selten findet sich die dafür notwendige Software in einschlägigen Fachzeitschriften bzw. auf DVD oder im Internet.
Der „weiche" Kopierschutz besteht aus einem „Wasserzeichen", mit dem der erste Erwerber des „Content" auf Dauer identifiziert werden kann. Wenn illegale Kopien auftauchen, kann die „Quelle" identifiziert werden, i. d. R. aber nicht der Weg der weiteren Verbreitung.

Kunden

Kunden des Zwischenbuchhandels sind sowohl Unternehmen des » Verbreitenden Buchhandels als auch Unternehmen des Herstellenden Buchhandels, je nachdem, um welchen Zweig des Zwischenbuchhandels es sich handelt. Kunden der Barsortimente, Bestellanstalten und Bücherwagendienste sind Unternehmen des » Verbreitenden Buchhandels; Kunden der Verlagsauslieferungen sind i. d. R. deren » Mandanten/» Kommittenten aus dem » Herstellenden Buchhandel (d. h. Verlage), in deren Auftrag die Verlagsauslieferungen sowohl Händler (Einzel- und Großhandel!) als auch » Endkunden (» Letztabnehmer) beliefern. In den Fällen, in denen Verlagsauslieferungen auf eigene Rechnung liefern (vgl. » Auslieferungsvertrag), werden auch die Unternehmen des Verbreitenden Buchhandels zu Kunden der Auslieferungen.

Zur Klarstellung werden die » Letztabnehmer (Kunden des Bucheinzelhandels, aber auch Kunden der Verlage, wenn diese direkt an den Leser/Nutzer liefern) manches Mal als Konsumenten (Verbraucher) bezeichnet, auch wenn es sich um gewerbliche (Unternehmen) oder institutionelle Käufer (Behörden, Bibliotheken) handelt.

L

Ladenpreis

Älteste Form der Preisbindung der zweiten Hand in Deutschland (seit 1888): Verlage binden den Einzelhandel (als » Letztverkäufer) auf die von ihnen festgelegten Endverkaufspreise (im Pressehandel auch „Copy-Preise“ genannt) gegenüber dem » Letztabnehmer.

Lagerauftrag

Die » Funktionsverschiebung führte dazu, dass immer mehr Buchhändler Lagerergänzungen, teilweise auch Lageraufträge, über die » Barsortimente abwickeln. Dies ist für die Barsortimente aus zwei Gründen interessant: Zum einen erhöhen Lageraufträge die ansonsten sehr geringe „Bündelung“ der Lieferungen der Barsortimente (durchschnittlich 1,3 Exemplare pro Artikel) und zum anderen können Bestellungen bis zu einer festgelegten Uhrzeit (z. B. 14 Uhr) zu einer gleichmäßigeren Auslastung im Lager der Barsortimente beitragen. Der größte Teil der Bestellungen (i. d. R. » Besorgungen für » Letztabnehmer) erreicht die Barsortimente nämlich am späten Nachmittag und Abend, während sie bis zum frühen Nachmittag Kapazitäten frei haben. Mithilfe einer entsprechenden Konditionenpolitik werden Lagerergänzungen und Lageraufträge der Buchhändler so gesteuert, dass sie für beide Seiten interessant sind (vgl. auch » Bezugswegoptimierung).

Lagerkatalog

» Katalog der Titel/Artikel, die (Groß-)Händler (im Buchhandel z. B. Antiquariate und » Großantiquariate sowie » Barsortimente) auf Lager (vorrätig) haben.

Leipziger Platz

Im Laufe der Geschichte konzentrierten sich die (Buch-)Messen auf wenige Messeplätze. Dort bildete sich der Kommissionsbuchhandel heraus. Messeplätze wurden so zu „Kommissionsplätzen“. Der wichtigste » Kommissionsplatz, der zentrale Umschlagpunkt für den gesamten deutschsprachigen Buchhandel, wurde der „Leipziger Platz“. Leipzig hatte nicht nur die bedeutendste (Buch-)Messe, dort saßen auch alle großen » Kommissionäre und » Barsortimente im Graphischen Viertel zwischen den Bahnhöfen in der Umgebung von Verlagen, Druckereien und Buchbindereien. Sie regelten den buchhändlerischen Verkehr von Haus zu Haus über Markthelfer und über gemeinsame Einrichtungen wie die Bestellanstalt (seit 1842), die Paketaustauschstelle (seit 1916) und die ZALKO („Zahlungsverkehr Leipziger Kommissionäre“, der 1923 auf die 1922 gegründete » BAG überging). Die fertigen Sendungen verließen Leipzig in „Leipziger Ballen“ mit den » Bücherwagen der Deutschen Reichsbahn und erreichten am nächsten Morgen alle wichtigen Großstädte des Deutschen Reiches und Wien.

Der „Verkehr über Leipzig“ stand für die Zentralisierung und Bündelung der Transaktionen zwischen Verlag und Buchhandel und damit für die Erschließung erheblicher Rationalisierungspotenziale und die Beschleunigung des » buchhändlerischen Verkehrs.

Nach dem Zweiten Weltkrieg hörte Leipzig auf, der zentrale Umschlagplatz für den Buchhandel im gesamten deutschsprachigen Raum zu sein. Im Westen träumten viele Buchhändler und Verleger davon, wieder einen zentralen Umschlagplatz aufzubauen. Dafür war Frankfurt am Main ausersehen. Während die Internationale Buchmesse und der » Börsenverein (für die BRD) dort mit Erfolg etabliert worden sind, konnte Frankfurt am Main nicht die Rolle eines zentralen Umschlagplatzes für den Buchhandel in der Bundesrepublik Deutschland einnehmen (» Branchenrationalisierung). Der buchhändlerische Verkehr wurde dezentral über verschiedene Kommissionsplätze geführt, während Leipzig als (Buch-)Messe- und Kommissionsplatz für die DDR (bis 1990) seine zentrale Bedeutung behielt. Im Zeitalter elektronischer Kommunikationswege und der Übernachtlogistik mit LKW hat sich die Standortverteilung auf mehrere Kommissionsplätze in der Bundesrepublik Deutschland

bewährt. In Österreich konzentriert sich der buchhändlerische Verkehr (nach wie vor) auf Wien, während es in der deutschsprachigen Schweiz neben der zentralen Drehscheibe Hägendorf (Buchzentrum) auch noch einen weiteren zentralen Platz, den Großraum Zürich (Zürich, Zug und Affoltern am Albis) gibt.

Letztabnehmer

Nach § 2 Abs. 3 des deutschen Buchpreisbindungsgesetzes ist Letztabnehmer, „wer Bücher zu anderen Zwecken als dem Weiterverkauf erwirbt".

Letztverkäufer

Letztverkäufer nach dem BuchPrG ist der letzte „Wiederverkäufer" im Absatzkanal, danach findet kein Kaufakt mehr statt. Anders als der » Letztabnehmer ist dieser Begriff im BuchPrG nicht definiert. Der Begriff wird in den §§ 6 und 7 des Gesetzes verwendet.

LG Buch

Die Leistungsgemeinschaft Buchhandel eG ist eine Marketing- und Einkaufsgemeinschaft von Buchhandlungen mit ausgewählten Verlagen, einem Zwischenbuchhändler sowie mehreren Dienstleistern und Non-Book-Lieferanten als Partnern. Anders als » Anabel bietet LG Buch die » Bezugswegoptimierung unter Einbeziehung der Partnerverlage unter Hervorhebung von deren Programmen. Die LG Buch schließt mit allen Partnerverlagen, Dienstleistern, Non-Book-Lieferanten und Umbreit als » Barsortiment und » Bücherwagendienst Rahmenvereinbarungen über die für alle oder ausgewählte Mitglieder (Leistungsgruppen) gewährten Konditionen sowie für die Rückvergütungen, die zentral abgerechnet werden, i. d. R. über die » BAG.
Die LG Buch ist aber nicht nur Einkaufsgemeinschaft, sondern auch Marketinggemeinschaft, d. h. sie entwickelt mit ihren Mitgliedern zukunftsfähige Ideen, die den langfristigen Erfolg der ca. 200 Mitglieder (August 2013) zum Ziel haben.

libreka!

Als » Titel-Datenbank (möglichst) aller Verlage im deutschsprachigen Raum hat sich das » VLB den Herausforderungen des digitalen Zeitalters zu stellen. Alle Sparten des Buchhandels wünschten zuerst eine Volltextsuche Online (VTO), um nicht anderen großen Plattformen den Markt der Recherche und Werbung (für Bücher) zu überlassen. Die » MVB bot den Verlagen an, ihre gedruckten Werke zu scannen, um nicht nur Novitäten, sondern auch die Backlist möglichst umfangreich auf der Internetplattform des VLB für alle Interessenten zugänglich zu machen. Der nächste Schritt war umstritten, wurde aber dennoch getan: Nun sollte der Interessent nicht nur Bücher auffinden und in ihnen blättern können, sondern er sollte sie auch auf Wunsch und gegen Entgelt herunterladen (Download) können. Auf diese Weise trat libreka! in Konkurrenz mit vielen anderen E-Book-Anbietern, insbesondere auch aus dem (Zwischen-)Buchhandel. Im Jahr 2013 zeichnet sich ein erneuter Strategiewechsel ab. Der Schwerpunkt der Arbeiten wird sich vom E-Book-Anbieter in Richtung » Metadatenbank/VLB plus verlagern.
www.libreka.de

libri.de

Unter libri.de wurde ein B2C-Internetbuchhandel betrieben. Im Oktober wurde aus der Marke libri.de die Domain eBook.de. Der Betrieb der White-Label-Shops für den Buchhandel wurde im ersten Quartal 2013 von der libri.de Internet GmbH zum Mutterunternehmen, dem Barsortiment Libri GmbH **www.home.libri.de** migriert.

Lieferbarkeitsabfrage

Während der Buchhändler früher nur telefonisch nachfragen konnte, ob ein Buch tatsächlich lieferbar war, hat er heute die Möglichkeit, sich diese Auskunft elektronisch zu beschaffen, d. h., er kann seinem Kunden sofort Auskunft geben, ob der gewünschte Titel bei einem » Barsortiment lieferbar ist, i. d. R. kann der Titel dann auch reserviert werden.
Bei der » OLA (Online-Lieferbarkeits-Abfrage) muss ein Buchhändler Kunde des Barsortiments sein, bei dem er die Lieferbarkeit einzelner Titel abfragen will. Anablitz (von » Anabel) hat versucht, die Online-Lieferbarkeits-Abfragen aller Barsortimente miteinander zu verknüpfen, was interessant ist, wenn der Buchhändler auch bei diesen Barsortimenten Kunde ist oder anders ausgedrückt: Wenn sein Barsortiment den Titel nicht liefern kann, nützt es ihm wenig, zu wissen, dass die Konkurrenten liefern könnten, solange er dort nicht Kunde ist. Eine Ausweitung der Lieferbarkeitsabfrage auf die bei den » Auslieferungen lagernden Titel ist von einigen (» Verlagsauslieferungen) bereits umgesetzt, bei anderen in der Planung. Sie ist Voraussetzung für das Zustandekommen von » VLB plus: Im Rahmen der » Metadatenbank spielt es eine große Rolle, dass die Buchhändler den Lieferbarkeitsstatus aller Titel sofort ermitteln und ihrem Kunden entsprechend Auskunft geben können. Bisher (2013) haben weder alle Barsortimente zugestimmt, den Lieferbarkeitsstatus ihrer Lagertitel zu melden, weil sie darin eine Gefahr für den Bestand ihrer Titelkataloge sehen, noch haben

alle Verlage ihren Auslieferungen erlaubt, den Lieferbarkeitsstatus an das VLB (als Basis der Metadatenbank) zu melden. In der Schweiz ist die Lieferbarkeitsabfrage über ComBook beim Buchzentrum und allen relevanten Auslieferungen realisiert, in Österreich über KÖBU-Win.

Lieferbarkeitsrückmeldung

Auf Wunsch kann der Buchhändler nach jeder Bestellung eine Rückmeldung per » DFÜ über z. Zt. im » Barsortiment nicht lieferbare Titel erhalten, um sie ggf. anderswo (bei einem anderen Barsortiment oder beim Verlag bzw. dessen Auslieferung) noch am selben Tag bestellen zu können.

Logistik

Dieses Wort aus dem militärischen Sprachgebrauch findet auch im Buchhandel immer mehr Anwendung: Die innerbetriebliche Logistik umfasst die Steuerung von Waren- und Informationsströmen in einem Betrieb. Der » buchhändlerische Verkehr steht für die Logistik zwischen buchhändlerischen Betrieben, die zum großen Teil über die » Clearing Center (ca. ein Drittel aller Bestellungen) und im » Büchersammelverkehr (ungefähr die Hälfte aller Sendungen) durchgeführt wird (45,75 Prozent im Jahr 2012 lt. » Logistikumfrage 2013).

Logistikdienstleistungen

Insbesondere große (Internet-)Buchhändler und Filialisten entscheiden sich für den Zwischenbuchhändler als Erstlieferanten, der ihnen das günstigste Paket von Logistikdienstleistungen anbieten kann, das vom » Filialverkehr über die » zentralen Dienste (» zentraler Wareneingang oder » Zentrallager) bis zum » Fulfilment im » Internetbuchhandel geht.
Um die » Logistik zu verbessern und/oder Kosten zu reduzieren, haben größere Buchhandlungen mit mehreren Filialen Einholung, Filialverkehr, Wareneingang und Lager an einer zentralen Stelle zusammengefasst. Zentraler Wareneingang und/oder Zentrallager werden entweder in eigener Regie organisiert oder einem Dienstleister (Zwischenbuchhändler) übergeben.

Logistikumfrage

Der Ausschuss für den Zwischenbuchhandel im » Börsenverein des Deutschen Buchhandels bittet alle » Verlagsauslieferungen, sich an der jährlichen Logistikumfrage zu beteiligen, um Kennzahlen und Trends im » buchhändlerischen Verkehr zu ermitteln. Leider nehmen nur wenige mittlere, aber fast alle großen Verlagsauslieferungen an dieser Umfrage teil, sodass die Ergebnisse als wichtig für die Branche angesehen werden können. Bis zum Jahr 2000 haben auch selbstauslieferende Verlage ihre Zahlen geliefert, danach ist deren Interesse an einer jährlichen Umfrage erloschen.
Die Ergebnisse der Logistikumfrage werden auf den Buchtagen (in Berlin) der Branche vorgestellt. Sie reichen von Zahlen über den Lagerumschlag in Verlagsauslieferungen bis zur Remissionsquote der Verlage (als Durchschnitt aller in diesen Verlagsauslieferungen ausgelieferten Verlage) und von der Aufteilung der Absatzwege (» Barsortimentsanteil) bis zum Aufkommen der einzelnen Versandarten (» Büchersammelverkehr, Fracht, Paketdienste, Post/DHL). Eine der Schlüsselzahlen dieser Untersuchung ist der Anteil der » Kleinbeischlüsse (bis 5 kg) am gesamten Paketaufkommen, denn darin offenbaren sich – vom » Endkundenversand einmal abgesehen – Rationalisierungsreserven der Branche: Einzel- und Kleinbestellungen werden für alle Beteiligten schneller und kostengünstiger über die Barsortimente abgewickelt, wenn diese die verlangten Titel führen. Für die Zukunft ist geplant, die Logistikumfrage auch auf die » digitalen Verlagsauslieferungen auszudehnen, um valide Kennzahlen für den » E-Book-Vertrieb zu erheben.

Logistikzentrum

Im Mai 2011 haben das Barsortiment KNV und die Verlagsauslieferung KNO bekannt gegeben, in den nächsten Jahren in der Mitte Deutschlands ein Logistikzentrum zu eröffnen. Aus diesem Logistikzentrum, das bei Erfurt entsteht und ab Herbst 2014 in den Produktivbetrieb gehen wird, werden sowohl die Sendungen des Barsortiments (KNV) als auch die der KNO Verlagsauslieferung geliefert. Dabei bleiben die Geschäftsmodelle » Barsortiment (Lieferung über Nacht) und » Verlagsauslieferung (Fakturierung in der Nacht zur Auslieferung am Folgetag) zwar streng getrennt, allerdings wird an einer gemeinsamen » Logistik und mit einer gemeinsamen IT-Lösung gearbeitet, ähnlich wie dies auch beim Schweizer » Buchzentrum der Fall ist. Die konsequente Nutzung von Synergien soll zu einer vernetzten, effizienteren Supply-Chain (Lieferkette) zwischen Buchgroßhandel, Verlagsauslieferung und weiteren logistischen Dienstleistungen wie » Zentrallager und » zentralem Wareneingang führen.

M

Mailbox

Elektronischer Briefkasten

Mandant

Neuerdings für » Kommittent verwendeter Begriff (Auftraggeber/ § 662 BGB). Im folgenden Stichwort » Mandantenprinzip wird dieser Begriff bereits seit längerem benutzt.

Mandantenprinzip

Bei der Auslieferung nach dem Mandantenprinzip wird streng zwischen den einzelnen » Kommittenten (Verlagen) unterschieden (» Auslieferungsvertrag und » Verlagsauslieferung); d. h., dass die Bücher jedes einzelnen Verlages (» Mandanten) getrennt von den Büchern anderer Verlage verpackt und fakturiert werden.
Um auch bei Verlagsauslieferungen nach dem Mandantenprinzip Bündelungseffekte und damit Rationalisierungsvorteile zu erzielen, können dort » Faktur- und Versandgemeinschaften gebildet werden. Ferner wird mit Hilfe von Parkmodellen (» Parken) versucht, die Bündelung pro Titel in einer Sendung zu erhöhen.

Marktinformation

Als Gegengewicht zu den veröffentlichten » Bestsellerlisten geben » Barsortimente seit vielen Jahren Listen ihrer bestverkauften Titel heraus, die sie in einem Ranking (Rangreihe)

ohne die dahinterstehenden Verkaufszahlen darstellen. Die Marktinformation des Barsortiments Umbreit wird seit vielen Jahren im „BuchMarkt“ abgedruckt. Auch wenn die üblichen Bestsellerlisten inzwischen auf echten Verkaufszahlen (aus Scannerkassen) beruhen und nicht mehr auf Einschätzungen der beteiligten Buchhändler, sind ihre Ergebnisse, je nach dem Panel, aus dem sie resultieren, unterschiedlich. Das „Panel“ der Barsortimente besteht aus ihren Kunden, ist i. d. R. also umfassender als die Panels, auf denen die bekannten Bestsellerlisten beruhen; allerdings beliefern die Barsortimente nicht den gesamten » Verbreitenden Buchhandel. Ihre Kunden verkaufen die Bücher nicht nur über die Kasse, sondern auch auf Rechnung, ein Absatz, der oft keinen Eingang in Bestsellerlisten findet und Warengruppen betrifft, die nicht so „interessant“ sind (Fachbücher).
Mit der Verbesserung der » Warengruppensystematik und der zuverlässigen Einordnung aller Titel in die » Warengruppen lassen sich Trends aufzeigen, die die Barsortimente schon aus ihren Statistiken kennen und den Buchhändlern über ihren » Service direkt und indirekt zugutekommen lassen.

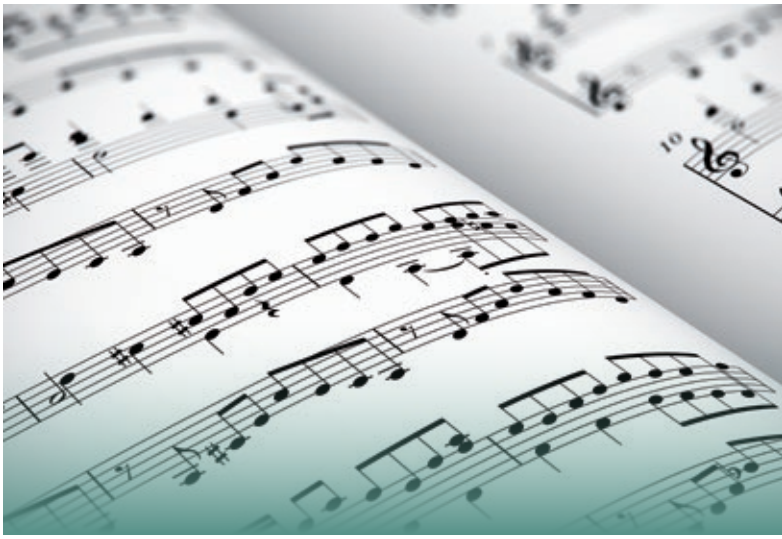
Mehrwegbehälter

Die » Verpackungsverordnung vom 12. Juni 1991 und die Diskussion in der Branche führten dazu, dass die » Barsortimente soweit irgend möglich Mehrwegbehälter aus Kunststoff oder aus Pappe benutzen. Ausnahmen gelten nur dort, wo diese Behälter nicht sinnvoll eingesetzt werden können, also bei Kleinstsendungen, Überformaten oder wenn der geschlossene Kreislauf des » Büchersammelverkehrs verlassen wird (Post/DHL, » Paketdienste ...) oder bei den Kunden, die gern mit Kartonagen beliefert werden, um diese weiterzuverwenden (hohes Rechnungsgeschäft/Versandbuchhandlungen).
Im » Büchersammelverkehr bieten die » Bücherwagendienste den Lieferanten (Verlagen oder ihren Auslieferungen) Mehrwegbehälter gegen eine Nutzungsgebühr an.
Seit Ende 2008 bietet die KNO VA eine Belieferung von Kunden in Wannen an. Diese stehen in drei Größen zur Verfügung und unterscheiden sich von denen des Barsortiments KNV in der Deckelfarbe. Größter Vorteil ist die erleichterte Vereinnahmung der Waren bis hin zur regalfertigen Belieferung. Auch die Verlagsauslieferungen Brockhaus und Sigloch liefern im Büchersammelverkehr in Mehrwegbehältern.

Meldenummern

Zwischenbuchhändler und selbstauslieferende Verlage benutzen seit 1989 die einheitlichen Meldenummern des » Börsenvereins, um Lieferhindernisse mitzuteilen. 2007 hat der Ausschuss für den Zwischenbuchhandel die Meldenummern überarbeitet und nach internationalen Standards reduziert. Der Meldenummernschlüssel ist beim Börsenverein erhältlich und (z. T.) auf der Rückseite der Lieferscheine aufgedruckt.
www.boersenverein.de

Metadaten(bank)

Seit 2012 wird auf Wunsch der Sortimenter im » Börsenverein über eine sogenannte Metadatenbank diskutiert. Das Anlegen, Vorhalten und Distribuieren mehrerer umfangreicher Großkataloge mit überwiegend redundanten Informationen soll zugunsten einer zentralen Datenbank aufgegeben werden. Die Datenbank soll von allen Marktteilnehmern gefüllt werden und die Daten allen Mitgliedern des Börsenvereins zur Verfügung stehen.
Darin wird ein Rationalisierungspotenzial und gleiche Chancen für alle Sortimenter insbesondere im Wettbewerb mit dem » Internetbuchhandel gesehen. Es soll vermieden werden, dass als Folge der mehrstufigen Metadatenweitergabe Informationen auseinanderlaufen und ggf. verloren gehen – durch die auf den jeweiligen Stufen erfolgenden Konvertierungen und Nachbesserungen der Kataloganbieter. Unklar ist, wer für redaktionelle Bearbeitung sorgen und die Kosten dafür tragen soll. Offen blieb bisher (2013) auch, ob alle » Barsortimente, Verlage und deren » Auslieferungen die Daten zum Lieferstatus der Titel/Artikel (vollständig) melden (vgl. auch » Lieferbarkeitsabfrage). Das Vorhaben erinnert an „Deutsche Bücherdatenbank“ (gemeinsame » Titel-Datenbank von KNV und Libri, die 2002 nicht zustande gekommen ist).

Musikalien

Nach § 7 der Satzung des » Börsenvereins gehören (auch) Musikalien zu den » „Gegenständen des Buchhandels“. Der deutsche Musikverleger-Verband und der Gesamtverband Deutscher Musikfachgeschäfte gehören zu den buchhändlerischen Fachverbänden (vgl. Mitgliederzahlen in: „Buch und Buchhandel in Zahlen 2013“, Tabelle 16).
Da das Netz von Musikfachgeschäften immer dünner wird (als Folge der Konzentration und des » E-Commerce), kann der Bedarf an Musikalien oft nicht mehr vor Ort gedeckt werden. Deshalb bietet es sich an, dass Buchhandlungen (verstärkt) in das Geschäft mit Musikalien (Noten, Songbooks, Tonträger usw.) einsteigen, auch wenn sie sich erst mit der anderen » Bibliografie und Nummerierung (» ISMN) auseinandersetzen müssen. Musiker (von Berufswegen und „Laien“, die in ihrer Freizeit in Chören singen oder in Orchestern Instrumente spielen) sind i. d. R. Kunden des » Buchhandels.
Zum einen beschäftigen sich die Barsortimente intensiv mit Musikalien; sie haben gut gängige Musikalien auf Lager

genommen. Zum anderen umwerben Musikaliengroßhändler den Buchhandel direkt. Wie die Musikalienverleger und die Tonträger-Industrie beliefern sie den (Sortiments-)Buchhandel direkt wenn der Geschäftsumfang und das Know-how (Bibliografieren und Bestellen von Musikalien) für den direkten Verkehr ausreichen. Unter Umständen erfolgt der Versand über den » Bücherwagendienst, dem der Buchhändler angeschlossen ist.
www.asaph.net, www.grahl-ffm.de, www.baerenreiter.com, www.mds-partner.com, www.mgs.de, www.bosworth.de

MVB

Die Marketing- und Verlagsservice des Buchhandels GmbH ist eines der Unternehmen, die der » Börsenverein unter dem Dach der BBG-Holding (zusammen mit seinen Landesverbänden) führt. Bei der MVB (ehemals Buchhändler-Vereinigung) erscheint seit 1972 das » VLB (Verzeichnis lieferbarer Bücher), ursprünglich als gedruckter Katalog, dann auf » CD-ROM, danach auf » DVD und inzwischen auf einer Internetplattform
www.vlb.de
In Konkurrenz zu Google Booksearch/Buchsuche wurde auf Wunsch der Mitglieder des Börsenvereins die Volltextsuche Online (VTO) begonnen, aus der heraus » libreka! entstanden ist. Am 16. Dezember 2008 hat die MVB den » IBU übernommen, während die » BAG im Juni 2010 an die DZB Bank veräußert worden ist.
Bei der MVB erscheint das Börsenblatt für den deutschsprachigen Buchhandel, das jedes Mitglied des » Börsenvereins kostenlos (im Rahmen seines Mitgliedsbeitrages) erhält, das aber auch von Bibliotheken und anderen, am Buchhandel interessierten Kreisen abonniert wird. Das Buchjournal (Kundenzeitschrift) erscheint ebenfalls bei der MVB.
Die MVB bietet darüber hinaus der Branche und der Deutschen Nationalbibliothek eine ganze Reihe weiterer Dienstleistungen an.
www.mvb-online.de

N

National Distributor(s)

So nennen sich die Spezialisten im Pressevertrieb, die die Auslieferung der ihnen übertragenen Titel (Bücher, Zeitungen und Zeitschriften) i. d. R. als Streckengeschäft betreiben, d. h. die Auslieferung erfolgt direkt ab Druckerei (u. U. aus dem Ausland) an die Empfänger in den Absatzkanälen des » Pressevertriebs. Eine Lagerhaltung ist nur bei nicht aktuellen Titeln zur Nachlieferung (außerhalb der normalen Angebotszeiten) erforderlich. Die National Distributors beschäftigen sich viel mehr mit dem » Vertriebsservice. Sie betreuen sowohl kleinere und mittlere Verlage, als auch große Verlage bzw. Verlagsgruppen, deren Tochterfirmen sie sind, in allen Fragen des Vertriebs, vom Einzelverkauf über das Abonnement bis zum Lesezirkel, von den Verhandlungen mit Bahnhofsbuchhändlern und » Pressegrossisten über die Betreuung von Abonnenten bis zur Marktanalyse und Statistik für die Verlage. Meist betreiben sie auch Im- und Export von Presseerzeugnissen, deren Auslieferung ihnen (vertraglich) übertragen ist.
www.mzv.de, www.dpv.de, www.verlagsunion.de, www.stella-distribution.de, www.ips-d.de, www.saarbach.de, www.as-vertriebsservice.de

Neue Medien

Die » Barsortimente haben sich nie ausschließlich auf das Führen von Büchern beschränkt. Sehr früh schon haben sie Landkarten und Lehrmittel, später Ton- und Videokassetten, schließlich Disketten, CDs, CD-ROMs, DVDs (insbesondere in den Bereichen Hörbuch, Musik, Filme, Edutainment und Infotainment) und Spielwaren (auch als Software) auf Lager genommen. Damit können diese Produkte auch in den » Katalogen und » Titel-Datenbanken der Barsortimente recherchiert werden.
Gerade die Kurzlebigkeit mancher neuer Medien (durch technische und inhaltliche Veralterung) macht diese Angebote der Barsortimente für den (Sortiments-)Buchhandel interessant, zumal sich die Barsortimente auch um die „Vermarktung“ kümmern (Hörbuch-Abspielstationen, Hörbuch-Portale, „Medien-Tower“, Schulungen, Spezialkataloge usw.). Im Rahmen der Ausweitung der Verlagsproduktion auf neue Medien spielen diese natürlich auch in den Verlagsauslieferungen eine immer größere Rolle, ohne dass die Auslieferungen darüber entscheiden konnten und können, ob sie diese Produkte führen (wollen) oder nicht.
Dort, wo an die Stelle der Offline-Kommunikation die Online-Kommunikation (» Internet, » E-Commerce, » E-Book, » E-Paper) tritt, d. h., wo Information nicht mehr an stoffliche und damit handelbare Ware gebunden ist, spielen Händler und Dienstleister – wenn überhaupt (noch) – eine ganz andere Rolle, z. B. als „Information-Broker“, als Betreiber von Portalen und Web-Shops, als » Digitales Barsortiment oder als » Digitale Verlagsauslieferung. Deshalb zählen zu den neuen Medien nicht nur die physisch gespeicherten Inhalte, sondern auch die digital gespeicherten und über das Internet verbreiteten E-Books, E-Papers und was sonst noch an elektronischen Verlagserzeugnissen im Internet zu recherchieren, einzusehen, zu bearbeiten und herunterzuladen ist.

Neutrale Bestellanstalt

» Zentrale Bestellanstalt

Non-Book

Neben der Diversifikation in die » Neuen Medien haben die » Barsortimente ihr Angebot im Non-Book-Bereich stetig erweitert. Dies gilt besonders für die entsprechende Produktion der Buchverlage (oft im Rahmen des Merchandising); aber auch darüber hinaus sind viele Artikel beim Buchgroßhandel erhältlich, die sich harmonisch in das Sortiment zahlreicher Buchhandlungen einfügen: Bastelbögen, Deko-Artikel, Gästebücher, Globen, Musikalien, Plüschtiere, Poster, Schreibwaren, Spiele, Sprachcomputer, Zeitplaner, ja sogar Genussmittel wie Kaffee, Tee und Wein, um nur einige Beispiele zu nennen. Selbst Geschenkpapier (in Bogen und auf Rollen) kann der Buchhändler beim Barsortiment beziehen. Auch diese Non-Books lassen sich in den » Katalogen und » Titel-Datenbanken der Barsortimente recherchieren.

Normung

In der Normung stecken nicht nur für die Industrie, sondern auch für den Buchhandel erhebliche Rationalisierungspotenziale. Eindeutige Nummern, Zuordnungen und Abläufe fördern nicht nur die Transparenz des Warenflusses, sondern erleichtern auch die Zusammenarbeit zwischen vielen Lieferanten und vielen Kunden. Deshalb hat sich der Buchhandel sehr früh mit der Normung befasst (vgl. » ISBN und » Verkehrsnummer) und sich den internationalen Instanzen für die Normung angeschlossen (vgl. » EDItEUR und » GS1 Germany).

O

OLA

Online-Lieferbarkeits-Abfrage (» Lieferbarkeitsabfrage)

ONIX

„Online Information Exchange". Internationaler, unter der Ägide von » EDItEUR entwickelter Standard für den elektronischen Austausch bibliografischer und vielfältiger weiterer Daten für » Gegenstände des Buchhandels. ONIX verwendet » XML. ONIX ist das von den » Barsortimenten präferierte Format der Übermittlung von Metadaten für Novitäten und Änderungen. Es ermöglicht neben der Meldung von bibliografischen Angaben, Preisen und Lieferstatus auch die Übermittlung von beschreibenden Texten und Bilderlinks (Cover- und Innenabbildungen, z. B. von Kalendern), die für die Präsentation von Titeln im Internet inzwischen unverzichtbar sind.
Für deutschsprachige ONIX-Anwender gibt es die ONIX-Benutzergruppe, die sich um die Belange des deutschen, österreichischen und Schweizer Buchhandels kümmert und sie im „ONIX for Books International Steering Committee" vertritt. Für Fragen und Informationen zu ONIX hat sie eine Mailingliste eingerichtet, die im Internet unter **groups.yahoo.com/neo/groups/ONIX-de/info** erreichbar ist. An diese Adresse können sich Anwender mit allen Fragen und Anregungen zu ONIX wenden. Bisher wird in Deutschland die ONIX-Version 2.1 allgemein verwendet. Im Frühjahr 2009 wurde die Version 3.0 von EDItEUR veröffentlicht. Die Deutsche Nationalbibliothek, das » VLB und die Barsortimente haben vereinbart, dass sie die Daten von Verlagen in der neuen Version verarbeiten wollen. Als Termin ist Herbst 2014/Frühjahr 2015 vorgesehen. In diese Version wurden vor allem neue Felder für Darstellung von » E-Books aufgenommen. Es wird außerdem die Übermittlung von Teilbereichen der Nachricht ermöglicht, um die rasant wachsenden Datenmengen zu begrenzen.
www.editeur.org/onix.html

Open Access/Open Content

Die Idee vom offenen Zugang zu wissenschaftlichen Ergebnissen entstand im angelsächsischen Sprachraum und nimmt ein altes Anliegen von Wissenschaftlern auf, nämlich freien Zugang zu allen Forschungsergebnissen zu haben, um nicht durch Zugangsbarrieren oder Bezahlschranken an der Nutzung wissenschaftlicher Erkenntnisse und wichtiger Forschungsergebnisse gehindert zu werden.
Im Rahmen des politischen Umfelds („Piraten") ist aus dem Open Access wissenschaftlicher Erkenntnisse der » Open Content geworden. Dort halten nicht nur Wissenschaftler alles in Händen, um ihre Erkenntnisse mit der „Scientific Community" zu teilen, sondern jeder Internetnutzer (User) soll freien Zugang zu allen Inhalten im Netz haben, um sie anzusehen, zu lesen, zu bearbeiten (Wiki) oder auch auf einen Datenträger herunterzuladen.
Um die Content-Lieferanten (Urheber) nicht finanziell auszutrocknen, sind verschiedene Bezahlmodelle in der Diskussion: von der Flatrate (Monatspauschale unabhängig von der Intensität der Nutzung) oder gar eine Gebühr pro Haushalt, (ähnlich den Rundfunk- und Fernsehgebühren, die aber ein öffentlich, rechtliches System voraussetzen) bis zu diversen Abonnement-Modellen. In der Diskussion um den Open Access gehen die Protagonisten davon aus, dass die Urheber (Autoren) als Professoren oder wissenschaftliche Mitarbeiter ein gesichertes Einkommen haben und deshalb ihre Forschungsergebnisse – auch im eigenen Interesse – kostenlos zur Verfügung stellen sollen. Damit sind die Geschäftsmodelle der wissenschaftlichen Verlage und des wissenschaftlichen (Fach-)Buchhandels in Frage gestellt, während beim Open Content der gesamte Buchhandel, also vom » Herstellenden über den » Verbreitenden bis zum » Zwischenbuchhandel, betroffen ist, weil es beim Open Content keine Geschäftsmodelle mehr gibt, bei denen der User (Nutzer/Leser) bezahlt. Eine Finanzierung ist nur über Werbung und Verlinkung sowie „Auswertung" von Adressen und deren „Traffic" (Wer hat was wann wo angesehen, bestellt, gemeldet ...) möglich.

Open Source

Die „offene Quelle" ist das Gegenstück zum » Open Access bzw. zum » Open Content. Wie lange sie (umsonst) sprudeln kann, hängt davon ab, wie weit sich die Einspeiser (Urheber) und Vermittler (Plattformen, Suchmaschinen usw.) anderweitig finanzieren können (vgl. » Open Access/Open Content).
Die bisherigen Geschäftsmodelle des Buchhandels basieren auf der Sichtung, Qualitätskontrolle und Bearbeitung angebotener „Manuskripte" durch die Lektorate der Verlage. Alle Beteiligten, von den Autoren/Urhebern über den » Herstellenden Buchhandel bis zum » Verbreitenden Buchhandel, leben von den Umsätzen mit den Käufern ihrer Produkte.
Noch offen sind verschiedene Problemfelder der „Open Source", so z. B. die angemessene Honorierung von Autoren/Urhebern, die nicht immer sichere Quellenlage, die oft mangelhafte oder fehlende Qualitätsprüfung und nicht zuletzt der Schutz der Urheber- und Persönlichkeitsrechte (Datenschutz).

Optimierte Weiterleitung

Die » Clearing Center der » Barsortimente sehen Möglichkeiten zur optimierten Weiterleitung von Bestellungen vor, d. h., Buchhändler können bestimmen, dass Bestellungen auf im Barsortiment nicht geführte oder dort zurzeit nicht lieferbare Titel an den Verlag bzw. dessen Auslieferung weitergeleitet oder – wenn möglich und gewünscht – vom Barsortiment vorgemerkt werden (» Vormerkung).

Originalrabatt

Unter dem Originalrabatt versteht man im Buchhandel den Rabatt, den der Verlag (offiziell) seinen buchhändlerischen Kunden gewährt, vom Einzelstückrabatt (» Grundrabatt) über » Staffelrabatte und » Partien bis zu den Rabatten im Rahmen der » Jahreskonditionen.

Original-Verlagskonditionen

Da Konditionen mehr sind als (nur) Rabatte, umfassen die Original-Verlagskonditionen die Originalrabatte, die Jahresumsatzrabatte (Boni) und die Zahlungskonditionen (Skonti, Zahlungsziele, Valuta) sowie ggf. weitere Bedingungen (Remissionsrecht, Werbekostenzuschüsse ...), die der Verlag im Einzelfall oder generell gewährt.

Österreich

In Österreich ist der Zwischenbuchhandel anders strukturiert als in Deutschland. I. d. R. gibt es dort Mischformen zwischen » Barsortiment und » Verlagsauslieferung: Die Zwischenbuchhändler haben zwar die Auslieferungsrechte für verschiedene Verlage (in Österreich). Sie kaufen aber die Bücher dieser Verlage i. d. R. mit vollem » Remissionsrecht ein und werden so als Großhändler (Absatzmittler) tätig. Wenn sie ihren Verlagen auch die Vertretung und andere Dienstleistungen anbieten, erhalten sie einen höheren Rabatt als die deutschen Barsortimente und sind dadurch in der Lage, ihre Kunden (Buchhändler) mit Reiserabatt bzw. zu » Original-Verlagskonditionen zu beliefern. Andererseits fehlt ihnen die Titelbreite deutscher Barsortimente, da sie ja nur die Produktion der Verlage führen, die sie ausliefern. Mohr-Morawa betreibt nicht nur den Zwischenbuchhandel von Wien aus, sondern auch ein Presse-Grosso, das ganz Österreich über Nacht beliefert. Die Zustellung erfolgt für beide Unternehmensbereiche i. d. R. auf einer Tour.
Für Anfragen ist der » Verband der österreichischen Buchgrossisten, Grünangergasse 4, 1010 Wien zuständig (Fachverband des Hauptverbands des Österreichischen Buchhandels).
www.buecher.at

Outsourcing

„Neudeutscher" Begriff für das Ausgliedern und Übertragen von Funktionen, die andere besser, preisgünstiger oder schneller erledigen können. Bestes Beispiel für das Outsourcing ist die Übertragung der » Auslieferung an eine » Verlagsauslieferung, der Beschaffung/Einholung, des Filialverkehrs und der Rücksendung an einen » Bücherwagendienst, des Bestellverkehrs an eine » Bestellanstalt, bzw. ein » Clearing Center des Zahlungsverkehrs an die » BAG oder des Vertriebs an eine » Vertriebsgemeinschaft (Buchhandel), einen » Vertriebsservice (Ausland) oder einen » National Distributor (Pressehandel).

P

Paketdienst

Paketdienste sind die postalternativen Transportführer (z. B. DPD und UPS), die im Wettbewerb mit der Post (DHL) und (im Buchhandel) mit den » Bücherwagendiensten stehen.

Parken

Um die Sendungsbündelung zu erhöhen und um dem Buchhandel » Porto zu sparen, sehen viele » Verlagsauslieferungen Parkmöglichkeiten vor, d. h., dass Bestellungen auf Wunsch des Sortimenters erst ausgeliefert werden, wenn ein bestimmtes Bestellvolumen (oder ein festgelegter Bestellwert) erreicht wird. Alternativ kann der Buchhändler seine Bestellungen (unter einem gewissen Auftragswert) bis zu maximal zehn Arbeitstagen parken, d. h. alle in diesem Zeitraum aufgelaufenen Bestellungen in einer (Sammel-)Sendung erhalten. Während immer mehr Verlagsauslieferungen das Parken anbieten, wird es vom » Verbreitenden Buchhandel nur dann genutzt, wenn nicht die schnelle Lieferung (am nächsten, spätestens am übernächsten Tag) im Vordergrund steht, z. B. weil es sich um eine Bestellung von Novitäten oder von Titeln handelt, die ausgegangen sind und die wegen ihrer Stückzahl/Konditionen nicht beim » Barsortiment bestellt werden (sollen).
Wenn der » Verbreitende Buchhandel die verschiedenen Angebote der Barsortimente zur » Bezugswegoptimierung nutzt, legt er weniger Wert auf das Parken (in der Verlagsauslieferung).
Im Falle von » Logistikzentren (vgl. auch » Buchzentrum und » Österreich) wird das Parken zunehmend zu einem Randproblem.

Partie

Die buchhändlerische Partie ist eine Verbindung aus Natural- und » Staffelrabatt, am bekanntesten ist die Partie 11/10, d. h. Lieferung von elf Exemplaren (eines Titels), von denen aber nur zehn in Rechnung gestellt werden. Das elfte Exemplar wird frei (ohne Berechnung) dazugelegt. Reizpartien sollen die Einkäufer „reizen", möglichst viel zu bestellen: 23/20, 115/100 usw. Partien, insbesondere Reizpartien, erhöhen das Risiko des Fehlkaufs (zu hohe Eindeckung) und enden nicht selten in » Remissionen, die für alle Beteiligten zu teuer sind (Erhebung der » AG PRO 2008).
» Bezugswegoptimierung, » Funktionsverschiebung und » Jahreskonditionen haben die Partie zunehmend „überflüssig" werden lassen. » Barsortimente gewähren sie schon lange nicht mehr und für die » Warenwirtschaftssysteme müssen die Freiexemplare in einen (Gesamt-)Rabatt umgerechnet werden: Eine Partie 11/10 bei einem Rabattsatz von 40 Prozent ergibt dann einen (Gesamt-)Rabatt von 45,45 Prozent.
In der Schweiz kennt man die Schweizer Partie 7/6 bei 35 Prozent, was einem Gesamtrabatt von 44,29 Prozent entspricht.

PoD

Printing/Print on Demand: „Drucken auf Bestellung". Das Herstellen von Verlagserzeugnissen auf der Basis digital gespeicherter Inhalte (Druckvorlagen) in Klein- und Kleinstauflagen bis zu nur einem Exemplar. Der Druck erfolgt sequenziell (Seite für Seite) und ist deshalb (noch) deutlich teurer als der serielle Druck einer Auflage im konventionellen Verfahren, aber kein Titel geht mehr „out of print", d. h. ist „vergriffen". Neue Auflagen sind einfach und kostengünstig aktualisierbar.
Es wird unterschieden zwischen „Print to Order" – der Druck eines Exemplars auf Bestellung – und „Print to Stock" – der Druck einer Kleinauflage von zwei bis zu 300 Exemplaren zur Lagerung.

Für die » Barsortimente ist vor allem das „Print to Order“-Verfahren interessant, weil im Barsortiment i. d. R. Einzelexemplare bestellt werden und die Bücher am gleichen Tag verschickt werden können. Die Zahl der in den Barsortimenten geführten Titel kann durch die Führung dieser Titel ohne kostspielige Lagerung deutlich erhöht werden. Für Verlagsauslieferungen und Verlage als Kunden der Verlagsauslieferungen sind neben den „Print to Order“-Einzelaufträgen auch die „Print to Stock“-Möglichkeiten interessant, wenn eine Kleinauflage bedarfsgerecht gedruckt werden kann und dadurch Überbestände und Lagerhaltungskosten reduziert werden können. Daher bieten Verlagsauslieferungen ihren Verlagen immer häufiger PoD als Dienstleistung an, i. d. R. durch Kooperationen mit entsprechenden Druckereien, u. U. auch im eigenen Haus.
Mit der Tochter » BoD bietet das Barsortiment Libri seit 1998 PoD als Alternative zur seriell hergestellten Auflage an. 2011 haben auch das Barsortiment KNV und die KNO VA direkt am Logistikstandort mit der Produktion von Büchern im PoD-Verfahren begonnen. Im Übrigen führen Barsortimente die BoD- und PoD-Titel bei zu erwartender Nachfrage in ihren » Titeldateien, nehmen sie kurzfristig auf Lager oder besorgen sie auf Bestellung aus dem » Verbreitenden Buchhandel.

Porto

Nach dem Handelsbrauch im Buchhandel zahlt der Empfänger das Porto und bestimmt deshalb auch die Transportwege: „Der Abnehmer schreibt Art und Wege der Versendung generell oder für den Einzelfall vor.“ (siehe § 15 Ziff. 1, Satz 1 der Verkehrsordnung). „Wenn nichts anderes vereinbart ist, werden Sendungen über den Sortiments-Kommissionär geliefert.“ (§ 15 Ziff. 2 Satz 1 der Verkehrsordnung).
Die » Bücherwagendienste haben i. d. R. unterschiedliche Gebührentabellen für den » Büchersammelverkehr und die Sendungen ihrer jeweiligen » Barsortimente. I. d. R. sind die Tabellen nach Sendungsgewicht und Monatsaufkommen aufgebaut, d. h., die Gebühr steigt degressiv in Abhängigkeit vom Sendungsgewicht und Monatsaufkommen eines Kommittenten (in Tonnen). Umbreit errechnet das Porto der Barsortimentssendungen in Prozent vom Rechnungswert (also nur indirekt aus dem Sendungsgewicht), wobei die Gebührensätze ebenfalls mit steigenden Jahresumsätzen sinken.
KNV, Libri (BooXpress) und Umbreit verbinden die Gebührentabellen des Büchersammelverkehrs mit der des (eigenen) Barsortiments, so dass das Gesamttransportaufkommen aus Verlegerbeischlüssen und Barsortimentssendungen die Basis für die Eingruppierung bei den Kilogebühren bildet. Bei KNV und Libri (BooXPress) ist die Addition der Gewichte, mit denen sowohl im Barsortiment als auch im Büchersammelverkehr abgerechnet wird, kein Problem. Umbreit berechnet das Porto des Barsortiments in Prozent vom Fakturwert, erfasst aber auch die Gewichte der Barsortimentssendungen (für die Soll-/Ist-Kontrolle im Warenausgang), so dass auch Umbreit die Gewichte der Barsortimentslieferungen und der Verlegerbeischlüsse für die Gebührentabellen im Büchersammelverkehr zusammmenrechnen kann. Seit 2012 berechnet der Bücherwagendienst von KNV Stopp-Gebühren (pro Anfahrt), wenn die belieferte Buchhandlung nicht » Kommittent des Bücherwagendienstes von KNV ist und damit eine monatliche » Kommissionsgebühr an KNV entrichtet.
Einen Teil des Portos trägt der Verlag, wenn er die Sendungen nicht kostenfrei den » Sortiments-Kommissionären zustellt. Dann holen diese über ihren Bücherwagendienst die Sendungen am Auslieferungsplatz des Verlages (seiner Verlagsauslieferung) „gegen Entgelt“ ab (» Einholgebühr/§ 15 Ziff. 2 Satz 2 der Verkehrsordnung).

Preisbindung

Mit der Kröner’schen Reform wurde 1888 die Preisbindung für Bücher als älteste (deutsche) Form der Preisbindung der zweiten Hand eingeführt. Der feste „Ladenpreis“ hat seitdem viele Anfeindungen und Stürme überstanden, zuletzt den Angriff der EU-Kommission, den der Börsenverein, KNV und Random House mit hohen Kosten und großen Opfern abwehren konnten. Das Verfahren wurde 2002 eingestellt. Das bis dahin gültige Sammelreversverfahren war zu „wackelig“, um weiter darauf bauen zu können. Deshalb gibt es in Österreich seit dem 30. Juni 2000 und in Deutschland seit dem 1. Oktober 2002 Gesetze, die die Preisbindung für Bücher regeln. Das österreichische Buchpreisbindungsgesetz diente als „Vorlage“ für das deutsche Preisbindungsgesetz. Das deutsche Buchpreisbindungsgesetz (BuchPrG) liegt (zur Zeit) in der Fassung vom 2. September 2002, zuletzt geändert am 14. Juli 2006 vor. In der Schweiz gibt es keine Preisbindung für Bücher mehr: In der Volksabstimmung vom 11. März 2012 wurde das Gesetz zur Buchpreisbindung (in allen Kantonen der Schweiz) mit 56 Prozent Nein-Stimmen abgelehnt. Während in den Kantonen der deutschsprachigen Schweiz lange um ein (neues) Preisbindungsgesetz gerungen wurde (bis vor das Bundesgericht in Lausanne) kannten die welschen (nicht deutschsprachigen) Kantone keine Preisbindung für Bücher.
Bis September 2002 war in Deutschland die Preisbindung für alle Verlagserzeugnisse im Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen (GWB, 8. Novelle 2013) geregelt. Seit 01. Oktober 2002 erfolgt die Preisbindung von Zeitungen und Zeitschriften (d. h. Fach- und Publikumszeitschriften) nach § 30 GWB, der es jedem Verlag überlässt, zu entscheiden, für welche Titel er die Preise binden will und für welche nicht, während das Buchpreisbindungsgesetz

in § 5 festlegt, dass „wer Bücher verlegt oder importiert, ... verpflichtet (ist), einen Preis einschließlich Umsatzsteuer (Endpreis) für die Ausgabe eines Buches für den Verkauf an Letztabnehmer festzusetzen ...“. Der Buchverleger hat also seit 1. Oktober 2002 nicht mehr die Freiheit, zu entscheiden, ob er die Preise seiner Bücher bindet oder nicht. Andererseits muss er nicht mehr jeden Abnehmer (per Revers) auf seine Preise binden und auch die Zwischenbuchhändler sind der Pflicht enthoben, ihre Kunden schriftlich auf die Preisbindung zu verpflichten (wie früher im Sammel- und Einzelrevers-Verfahren).
Das Privileg der Preisbindung (im BuchPrG und in § 30 GWB) beruht auf der Annahme, dass die Preisbindung die Überallerhältlichkeit der Verlagserzeugnisse (Bücher, Zeitungen und Zeitschriften) zum gleichen Preis garantiert. Dabei haben die » Barsortimente eine enorm wichtige Funktion: Sie ermöglichen die Besorgung fast aller Titel, die der Buchhändler nicht führt/nicht vorrätig hat, gebündelt und preiswert über Nacht (» Hintergrundlager). Deshalb legt das „Gesetz über die Preisbindung für Bücher“ (BuchPrG) in § 6 Abs. 3 fest, dass „Verlage ... für Zwischenbuchhändler keine höheren Preise verlangen oder schlechtere Konditionen festsetzen (dürfen) als für Letztverkäufer, die sie direkt beliefern“ (» Barsortimentsrabatt und » Funktionsrabatt).
Auch die Presse-Grossisten (» Presse-Grosso) tragen dazu bei, dass das Privileg der Preisbindung für Zeitungen und Zeitschriften aufrecht erhalten werden kann. Als neutrale Mittler zwischen Verlagen und Presse-Einzelhandel liefern sie alle im deutschen Einzelhandel verkäuflichen Titel aller Verlage jeden Tag an alle Einzelhändler (sämtlicher Branchen), die Presse-Erzeugnisse verkaufen wollen – nach dem Motto: „Presse täglich überall“.

Presse-Grosso

Pressegroßhandel. Die buchhändlerische Wurzel des Presse-Grosso sind die » Grossobuchhandlungen, die den Buchhandel mit Büchern und Presseerzeugnissen belieferten. Der Bundesverband Presse-Grosso firmiert immer noch als „Bundesverband Deutscher Buch-, Zeitungs- und Zeitschriften-Grossisten e. V.“ (www.pressegrosso.de). Die andere Wurzel sind die Ortsgrossisten (am Anfang oft in Verbindung mit Unternehmen des » Werbenden Buch- und Zeitschriftenhandels, Zeitungsverlagen oder Bahnhofsbuchhandlungen), die den Einzelhandel in ihrer Umgebung mit Zeitungen und Zeitschriften belieferten, denen einzelne Verlage bereits nach dem Ersten Weltkrieg, die übrigen Verlage nach dem Zweiten Weltkrieg das Alleinauslieferungsrecht für bestimmte Gebiete übertrugen. Seit Anfang der 1970er Jahre gibt es nur noch Presse-Grossisten mit Alleinauslieferungsgebieten in der Bundesrepublik Deutschland. In wenigen Ausnahmefällen (Berlin und Großraum Hamburg) liefern zwei Pressegrossisten im selben Gebiet, aber mit Objekt-/Verlagstrennung.
Die Rolle des Presse-Grosso als neutraler Mittler im Pressevertrieb wurde zuletzt in der 8. Novelle des GWB (2013) gewürdigt, indem § 30 Abs. 2a GWB erlaubt, dass die Konditionen für den » Pressevertrieb zwischen den Verlegerverbänden (BDZV und VDZ) und dem Bundesverband Presse-Grosso (BVPG) ausgehandelt werden dürfen, damit sich marktmächtige Verlage keine Vorteile im Vertrieb verschaffen.
Ende der 1970er Jahre begannen Presse-Grossisten mit dem Rack-Jobbing (» Rack-Jobber) für Taschenbücher. Nach einer kurzen Blütezeit, in der manche Presse-Grossisten bundesweit als » Regalgroßhändler aufgetreten sind, hat dieser Geschäftszweig deutlich an Bedeutung verloren. In Österreich besteht Objekt- bzw. Verlagstrennung zwischen den zwei marktführenden Pressegrossisten (Mohr-Morawa in Wien; www.morawa.com und PGV Austria Trunk in Anif bei Salzburg; www.presse.trunk.de), die ganz Österreich beliefern, während es in der Schweiz nur noch jeweils ein Presse-Grosso für die deutschsprachigen Kantone (Kiosk AG in Bern; www.kkiosk.ch) und die französischsprachigen Kantone (Naville in Fribourg; www.naville.ch) gibt.

Pressevertrieb

Die Verlage haben die Absatzkanäle der Presseerzeugnisse durch eine Vertriebs- und Verwendungsbindung streng voneinander getrennt:
1. Einzelverkauf:
– über das Presse-Grosso an alle Sparten des Einzelhandels mit Ausnahme des ...
– ... Bahnhofs- und Flughafenbuchhandels, der von den Verlagen oder den » National Distributors direkt beliefert wird.
2. Abonnement:
– als Direktlieferung des Verlages
– über Unternehmen des WBZ (» Werbender Buch- und Zeitschriftenhandel), die im BMD (Bundesverband der Medien- und Dienstleistungshändler e. V.) organisiert sind.
3. Lesezirkel:
wöchentliche Vermietung von Lesemappen mit mehreren Titeln (mind. fünf) in bis zu zwölf aufeinanderfolgenden Phasen/Wochen an
– „gewerbliche“ Kunden, wie Ärzte, Cafés, Friseure, usw.
– private Haushalte.

R

Rabatt

Prozentualer oder betragsmäßiger Abschlag vom Ladenpreis (Copypreis) oder vom empfohlenen Verkaufspreis, Ausnahme: Naturalrabatt (» Partie). Vgl. dazu » Barsortimentsrabatt, » Funktionsrabatt, » Grundrabatt, Jahresumsatzrabatt (» Bonus, » Jahreskonditionen), » Originalrabatt, » Staffelrabatt.

Rabattfalle

Bei der Abwägung, ob ein Titel beim Verlag/dessen Auslieferung oder beim » Barsortiment bestellt werden soll (» Bezugswegoptimierung), wird von Buchhändlern nicht selten nur der Rabatt als Entscheidungsgrundlage herangezogen. Dabei wird übersehen, dass die Direktbestellung zwar mit höheren Rabatten aber auch mit (deutlich) höheren Kosten bei der Beschaffung und im Handling verbunden sein kann.

Rack-Jobber

Als Rack-Jobber bezeichnete man ursprünglich den Verkaufsfahrer eines » Regalgroßhändlers, der vor Ort Ware anliefert,

einsortiert und dort nicht (mehr) verkäufliche Ware zurücknimmt. In der Zwischenzeit wird der Begriff auch für den Regalgroßhändler (das Unternehmen) verwendet.
Um dem Einzelhandel den Erfolg zu garantieren, mieten Regalgroßhändler nicht selten Flächen beim Einzelhandel, die sie dann auf eigenes Risiko (nicht aber auf eigene Rechnung) bewirtschaften. In der Zwischenzeit nutzen auch einige Verlage dieses Modell für ihre Produktion. Sie mieten Flächen in (Bahnhofs-)Buchhandlungen und Buchkaufhäusern an gut frequentierten Stellen, um ihre Produktion vollständig oder in einer Auswahl nach ihren Gesichtspunkten optimal zu präsentieren und verkaufen zu lassen.

Rack-Jobbing

Allgemein: Regalpflege, d. h., dass der Lieferant die ihm zugewiesenen Regale im SB-Markt/Kaufhaus oder in einem Fachgeschäft (dort für Artikel im Bedarfszusammenhang, also Tierbücher/ Ratgeber in einer Zoohandlung) „pflegt“, mit anderen Worten dafür sorgt, dass der Markt/das Kaufhaus/der Fachhändler mit diesen Zusatzartikeln ohne Risiko eine optimale Flächenrendite erwirtschaftet. Rack-Jobbing im Buchhandel betreiben sowohl einzelne Verlage und spezialisierte Großhändler im Fachhandel (anderer Branchen) als auch » Regalgroßhändler in SB-Märkten und Kaufhäusern.

Regalfertige Lieferung

Der erste Schritt zur regalfertigen Lieferung ist die Lieferung nach Abteilungen („Regalen“), d. h. dass Zwischenbuchhändler (» Barsortiment oder » Verlagsauslieferung) die Sendung nach den Vorgaben ihrer » Kunden auf bestimmte Abteilungen („Regale“) aufteilen und entsprechend verpacken bzw. in » Mehrwegbehältern anliefern. Im nächsten Schritt werden die Bücher alle mit » Etiketten nach den Vorgaben der Kunden ausgezeichnet. In der letzten Stufe erhalten die Kunden vorab den Lieferschein per » DFÜ (» elektronischer Lieferschein) übermittelt, um den Wareneingang anhand der » Strichcodierung auf den Etiketten auf Richtigkeit und Vollständigkeit zu überprüfen.

Regalgroßhändler

Im Regalgroßhandel übernimmt der Großhändler die Sortimentsfunktion für den Einzelhandel: Ein Verkaufsfahrer (» Rack-Jobber) bestückt die vom Händler zur Verfügung gestellten Flächen mit ausgewählten Titeln. Nichtgängige Titel werden umgetauscht, so dass der Einzelhandel kaum ein Verkaufsrisiko (mit Ausnahme des Schwundes) trägt.
Heute ist das echte » Rack-Jobbing durch Verkaufsfahrer zu aufwendig geworden. Inzwischen erfassen (freie) Mitarbeiter des Regalgroßhändlers regelmäßig die Bestände vor Ort, d. h. im SB-Markt, Kaufhaus oder Fachgeschäft, ordern gut gehende Artikel (Titel) nach und veranlassen die Remission (nicht oder) weniger gut gängiger Artikel. Die Erfassung erfolgt mit einem mobilen Gerät, die Übertragung per » DFÜ an den Regalgroßhändler, der dann sowohl ausgewählte Neuheiten als auch die vom Mitarbeiter vor Ort (nach-)bestellten Artikel liefert. Die Einsortierung erfolgt durch „Servicekräfte“ im Markt, die der Regalgroßhändler bezahlt. I. d. R. sortieren diese auch die Artikel aus, die die Mitarbeiter des Regalgroßhändlers zur Remission freigegeben haben. Die Remittenden nehmen entweder die Fahrer/Frachtführer des Regalgroßhändlers mit, wenn sie die georderte Ware anliefern, oder die Servicekräfte veranlassen die Rücksendung auf Kosten des Empfängers (Regalgroßhändler) per Post (DHL) oder » Paketdienste/Spediteure.
www.buchpartner.de

Reihenkürzel

Numerische Verschlüsselung der Reihen, um Reihentitel mit Reihenkürzel und Bandnummer per DFÜ (» Datenfernübertragung) bestellen zu können. In den heutigen IT-Systemen, in denen online aus der Bibliografie heraus oder durch Scannen des » Strichcodes des gewünschten Titels (der sich auf dem Cover oder im Verlagsprospekt findet) bestellt wird, sind die Reihenkürzel weitgehend obsolet geworden.

Remission

Die » Verlagsauslieferungen bearbeiten die Remissionen nach den Richtlinien ihrer (Verlags-)Kommittenten und berechnen dafür (gesondert) Gebühren. Ob und in welcher Höhe die Gutschrift an den Buchhandel erfolgt, hängt von den Regelungen in der » Verkehrsordnung für den Buchhandel (§§ 3, 5, 6, 8, 9, 11–14) und den Richtlinien der Verlage ab.
Die » Barsortimente verkaufen grundsätzlich in fester Rechnung. Remissionen sind deshalb nur im Rahmen der in der Verkehrsordnung geregelten Fälle zulässig. Sogenannte Kulanzremissionen in kleinem Rahmen sind aber möglich. Es gibt dafür je nach Barsortiment unterschiedliche Regelungen: Teils sind Remissionen vorher vom Barsortiment zu genehmigen, teils werden den Buchhandlungen bestimmte Remissionsquoten (vom Umsatz) eingeräumt, die unabhängig von den verschiedenen Remissionsgründen eingehalten werden müssen, teils wird eine Bearbeitungsgebühr für Remittenden (u. U. bei Überschreitung der vereinbarten Remissionsquote) erhoben.
Die » AG PRO des Börsenvereins hat fünf Empfehlungen für Verlage erarbeitet, die unter dem Motto „Erkennen-Verringern-Optimieren“ dazu beitragen sollen, die Probleme und Kosten,

die mit Remissionen verbunden sind, besser in den Griff zu bekommen:

1. Erkennen: Verschaffen Sie sich einen Überblick über die Ihnen tatsächlich entstehenden Gesamtkosten im Zusammenhang mit Remissionen.
2. Verringern: Setzen Sie sich titel- und kundenbezogen realistische Einverkaufsziele, die die Balance zwischen Warendruck beim Sortimenter und dortigen Abverkaufschancen herstellen und somit kein hohes Remissionsaufkommen je Titel zulassen.
3. Optimieren: Wenn Remissionen unvermeidbar sind, dann gestalten Sie den Genehmigungsablauf so einfach wie möglich, d. h. verzichten Sie auf bürokratische Hürden!
4. Optimieren: Steuern Sie das Remissionsaufkommen über mit dem jeweiligen Buchhandelspartner vereinbarte (Jahres-) Quoten, analysieren Sie die Ursachen der jeweils entstandenen Remissionen.
5. Optimieren: Nutzen Sie, wo möglich und betriebswirtschaftlich sinnvoll, die vereinfachten Varianten der Remittendenbearbeitung, die Ihnen Ihre Verlagsauslieferungen zur Verfügung stellen!

Für Buchhändler gibt es „Sechs goldene Remi-Regeln“:

1. Remittenden soweit es geht vermeiden!

Wenn dennoch remittiert werden muss:

2. Nicht mehr als zwei, maximal drei Termine pro Verlag und Jahr!
3. Hardcover-Titel bleiben für mindestens zwölf und Taschenbücher für mindestens sechs Monate im Sortiment!
4. Zehn Prozent Remissionsquote ist die obere Schmerzgrenze – in Ihrem eigenen Interesse gerne auch deutlich weniger! Möglichst feste Remiquote statt Genehmigung verhandeln!
5. Keine Einzeltitel remittieren! D. h. Verlagsbündelung auch bei Remi beachten! Bei Ladenpreis-Aufhebung Einzeltitel einfach bis zum Vertretertermin liegenlassen!
6. Pro Paket ein Rücksende-Avis ausdrucken, Remigenehmigung kopieren pro Paket – Minder-Rabatte und Mehrarbeit verhindern! Beachten Sie die besonderen Bedingungen bei Barsortimentsremissionen!

Remissionsrecht

I. d. R. wird heute im Buchhandel in fester Rechnung geliefert. Aufgrund einer Vereinbarung oder nach dem Handelsbrauch, wie er in der Verkehrsordnung niedergelegt ist (» Remission), besteht in bestimmten Fällen ein Rückgaberecht (Remissionsrecht), d. h. die Artikel (Bücher u. a.) können vom Händler gegen Gutschrift zurückgeschickt werden (Remission).

Remittenden

Exemplare, die zur » Remission anstehen, bzw. zurückgeschickt werden.

RFID

„Radio Frequency Identification“. Funk-Erkennung ist eine Methode, Daten berührungslos und ohne Sichtkontakt lesen und speichern zu können. RFID wird als Oberbegriff für die komplette technische Infrastruktur verwendet. Sie umfasst

- den Transponder (auch RFID-Etikett, -Chip, -Tag, -Label, Funketikett genannt),
- die Sende-Empfangs-Einheit (auch Reader genannt) und
- die Integration mit Servern, Diensten und sonstigen Systemen, wie z. B. Kassensystemen oder Warenwirtschaftssystemen.

Die Daten werden auf dem RFID-Transponder gespeichert. Das Auslesen bzw. Schreiben der Informationen wird per Radiowellen vorgenommen. Bei niedrigen Frequenzen geschieht dies induktiv über ein Nahfeld, bei höheren über ein elektro-magnetisches Fernfeld. Die Entfernung, über die ein RFID-Transponder ausgelesen werden kann, schwankt aufgrund der Ausführungen (aktiv: Transponder sendet Daten/passiv: Transponder wird nur vom Reader gelesen), des benutzten Frequenzbands, der Sendestärke und Umwelteinflüssen zwischen wenigen Zentimetern und derzeit (2013) max. 1.000 Metern.
In Bibliotheken wird RFID benutzt, um die Ausleihe und Rückgabe von Büchern den Benutzer selber durchführen zu lassen, falsch einsortierte Bücher schnell zu finden usw.
RFID-Chips sind noch zu teuer, um sie schon bei der Herstellung in alle Bücher einzuarbeiten. Dies wird aber sicher in Zukunft interessant werden, weil damit die gesamte Lieferkette vom Verlag über » Auslieferung und » Barsortiment bis zur Buchhandlung wesentlich rationeller gestaltet werden kann (» ECR) sowie Inventur, Warensicherung (gegen Diebstahl) u. a. bedeutend vereinfacht werden können.
http://de.wikipedia.org/wiki/RFID, www.rfid-weblog.de, www.rfid-journal.de

Rückgaberecht

» Remissionsrecht

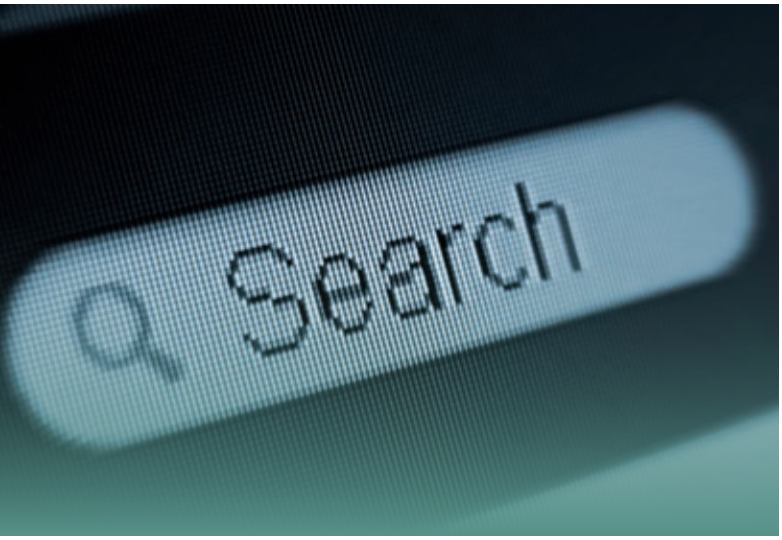
S

Sammelrevers

Das » Buchpreisbindungsgesetz, das in Deutschland am 1. Oktober 2002 in Kraft getreten ist, hat den Sammelrevers noch nicht ganz außer Kraft gesetzt. Da das Buchpreisbindungsgesetz kaum Sanktionen bei Verstößen kennt (nur Unterlassung und „Ersatz des durch die Zuwiderhandlung entstandenen Schadens“, § 9 Abs. 1 BuchPrG), enthält der Sammelrevers, den das Büro Wallenfels & Partner in Wiesbaden betreut, eine (buchhandelsinterne) Vertragsstrafenregelung. Viele Verlage, die die Preise ihrer Fachzeitschriften nach § 30 GWB binden, haben sich zu einem „Fachzeitschriften-Sammelrevers“ zusammengeschlossen, der Bestandteil des noch bestehenden Sammelreverses 2002 ist. Unter A findet sich die „Vertragsstrafenverpflichtung“, unter B die „Preisbindung für Fachzeitschriften“.

SBVV

Der Fachbereich Zwischenbuchhandel im SBVV (Schweizer Buchhändler- und Verleger-Verband) vertritt die Interessen der Schweizer Zwischenbuchhändler.
Adresse: Adlerstraße 40, 8034 Zürich.
www.swissbooks.ch, www.sbvv.ch



Schlagwort

Begriff zur präzisen Bezeichnung des Inhalts eines Werkes, weitere Spezifikationen können in Form von Unterschlagwörtern angefügt werden. Das Schlagwort muss im Gegensatz zum » Stichwort nicht im Titel enthalten sein. Beim Schlagwort dreht sich alles um die Frage „Worum geht es in dem Buch?“. Das Schlagwort ist ein Begriff, der den Inhalt des Titels beschreibt. Beispiel: „Müller, Herta: Atemschaukel. Schlagwort: Arbeitslager.“ Selbstverständlich sind mehrere Schlagwörter für einen Titel möglich. Die systematische Verknüpfung erfolgt über „Schlagwort-Bäume“.

Schnellschiene

Verlagsauslieferungen bieten saisonal begrenzt (z. B. vor Weihnachten) die Auslieferung (bis zur Bereitstellung der Sendung auf der Rampe) noch am Tag des Bestelleingangs an. Die Schnellschiene ist meist an die Nutzung eines bestimmten Transportführers (überwiegend Post/DHL und » Paketdienste) gebunden. Die Buchhändler können so eilige Bestellungen i. d. R. am Folgetag zu » Original-Verlagskonditionen erhalten. Die Schnellschienen werden in dem Maße an Bedeutung verlieren, wie die großen » Kunden (Buchkaufhäuser, Filialisten, Internet- und Versandbuchhändler) bei den Verlagen das ganze Jahr über auf schnelle und gebündelte Belieferung durch deren » Auslieferungen drängen, um die » Original-Verlagskonditionen zu erhalten, weil sie sonst über die » Barsortimente (mit geringeren Rabatten) bestellen müssten. Um im Geschäft zu bleiben, drängen die Verlage ihre Auslieferungen, Großkunden „bevorzugt“ zu behandeln und nehmen dafür ggf. höhere Auslieferungskosten in Kauf.

Wenn das » Logistikzentrum von KNO/KNV 2015 in Betrieb geht, wird die Bedeutung von Schnellschienen weiter reduziert werden: Die Bücher aus der Verlagsauslieferung KNO werden dann zusammen mit der Barsortimentsware gebündelt auf den Touren des » Bücherwagendienstes zugestellt, d. h. in einem kürzeren Zeitraum als das die Frachtführer im Rahmen von Schnellschienen erledigen können. Die konkurrierenden Verlagsauslieferungen werden deshalb zum einen auf Tempo setzen, zum anderen eine möglichst große, u. U. auslieferungsübergreifende Bündelung von Sendungen anstreben müssen.

Schrankfertige Lieferung

» Regalfertige Lieferung

Schulbücher

Bis in die 1970er Jahre gab es einige wenige Schulbuch-Barsortimente (» Spezialbarsortimente). Das Barsortiment Umbreit baute neben dem allgemeinen Barsortiment ein Spezialbarsortiment für Schulbücher allgemeinbildender Schulen auf und bietet verschiedene Modelle für die Abwicklung von Schulbuchaufträgen an. 1995 zogen KNV und Libri nach und nahmen ebenfalls die Bücher allgemeinbildender Schulen auf Lager. Ähnliche Abwicklungsmodelle wie Umbreit bietet seit einigen Jahren auch die KiBuLa GmbH an, die im Kreise der » eBuch entstanden ist.

Die Schulbuchverlage geben den Barsortimenten für Schulbücher und teilweise auch für Lernhilfen („Nachmittagsmarkt“) i. d. R. keinen » Funktionsrabatt, der sie in die Lage versetzt, zum » Grundrabatt oder gar zum » Originalrabatt zu liefern. Deshalb liegen die Abgaberabatte der Barsortimente bei Schulbüchern und u. U. auch bei Lernhilfen – als Ausnahme von der Regel (vgl. die Bedeutung des Begriffs: » Barsortiment) – unter den Rabatten, die Schulbuchverlage dem Einzelhandel gewähren. Ähnlich wie in der pharmazeutischen Industrie spielt bei den Schulbuchverlagen der Absatzkanal eine untergeordnete Rolle. Letztlich entscheiden die Lehrer (wie bei Medikamenten die Ärzte) darüber, welche Bücher an ihren Schulen Verwendung finden; deshalb besucht der Außendienst der Schulbuchverlage die Schulen und nicht die Buchhandlungen und deshalb werden immer die „richtigen“ Titel an die Schulen gelangen, ob auf direktem Wege (wie früher in zwei Bundesländern) oder über den » Verbreitenden Buchhandel und spezialisierte Schulbuchhändler (u. U. aus anderen Branchen), ggf. auch über den gestuften Absatz der Barsortimente und der Buchhandlungen.

Da für die Zulassung der Schulbücher in den einzelnen Bundesländern deren Ladenpreise (nach Aussagen der Schulbuchverlage) äußerst knapp kalkuliert werden müssen, gibt es (angeblich) kaum einen Spielraum für die Einräumung eines Funktionsrabattes an die Barsortimente. Dass die Buchhändler dennoch Schulbücher mit gekürzten Rabatten (d. h. unter den » Grundrabatten der Schulbuchverlage) über die Barsortimente beziehen, liegt entweder daran, dass sie die großen Sammelaufträge in Ländern mit Lernmittelfreiheit nicht (alleine) bewältigen, oder daran, dass sie zu Schulbeginn kein ausreichend breites und tiefes Lager an Schulbüchern unterhalten können (Platz- und Finanzierungsfrage, Remissionsproblematik) und deshalb in kurzer Zeit (Alle Schüler wollen ihre Bücher möglichst am ersten/zweiten Schultag!) sehr viele Schulbücher besorgt werden müssen (insbesondere in Ländern ohne Lernmittelfreiheit), was über den » Internetbuchhandel für immer mehr Eltern/Schüler sehr viel bequemer geht.

Die digitale Welt hält nach und nach Einzug in den Schulen bzw. in den Klassenzimmern. Das beginnt mit dem Ersetzen der Wandtafeln durch Whiteboards und endet bei mobilen Geräten, mit deren Hilfe die Schüler in der Schule, unterwegs und daheim jederzeit Zugriff auf Lehr- und Lerninhalte haben. Je mehr sich der Unterricht von gedruckten Verlagserzeugnissen entfernt,

desto weniger wird der » Verbreitende Buchhandel und damit auch der » Zwischenbuchhandel (noch) eine Rolle im Schulbuchgeschäft spielen (vgl. » E-Commerce).
www.vds.bildungsmedien.de, www.digitale-schulbuecher.de, www.schulbuch-o-mat.de

Schweiz

Der Zwischenbuchhandel in der deutschsprachigen Schweiz wird vom » Buchzentrum in Hägendorf angeführt, einer Genossenschaft Schweizer Buchhändler und Verleger (seit 2001 mit einer 20-prozentigen Beteiligung von Libri). Es ist das einzige » Vereinssortiment, das mit Erfolg seit 1882 besteht. Unter seinem Dach vereinigen sich ein » Barsortiment und eine » Verlagsauslieferung, die es der Genossenschaft ermöglichen, ihre Genossen (hier: Buchhändler) mit sehr günstigen Konditionen, bei Titeln der ausgelieferten Verlage, zu » Original-Verlagskonditionen zu beliefern.
www.buchzentrum.ch
Neben dem Schweizer Buchzentrum gibt es eine Reihe von Verlagsauslieferungen in der Schweiz, die i. d. R. die ausgelieferten Verlage vertreten und den Buchhandel zu » Original-Verlagskonditionen beliefern. Um ihren Servicegrad (» regalfertige Lieferung, gemeinsamer Transport, Onlinekatalog, » Lieferbarkeitsabfrage) zu erhöhen, haben sich der Balmer Bücherdienst und die AVA (www.ava.ch) zum SZB (Service Zentrum Buch) zusammengeschlossen.
www.servicezentrumbuch.ch
Der Fachbereich Zwischenbuchhandel im » SBVV, Adlerstraße 40, 8034 Zürich, vertritt die Interessen der Schweizer Zwischenbuchhändler.
www.swissbooks.ch, www.sbvv.ch
Erste Adresse für den Zwischenbuchhandel in der französischsprachigen Schweiz ist das OLF (Office du Livre). Daneben gibt es eine ganze Reihe von » Auslieferungen französischer Verlage.
www.olf.ch

Sendungsverfolgung

Mit mehreren Untersuchungen über die Laufzeit haben » Verlagsauslieferungen in den 1970er und 1980er Jahren versucht festzustellen, ob die Kritik der Buchhändler an zu langen Laufzeiten im » Büchersammelverkehr berechtigt ist und wer die Verzögerungen zu vertreten hat. In der Zwischenzeit ermöglicht die Codierung der Sendungen und die Erfassung an jeder Übergabestelle eine fast lückenlose Verfolgung des Weges der » Verlegerbeischlüsse von der Rampe der Auslieferung bis zum Wareneingang/in den Laden der Buchhandlung. Jeder Mitarbeiter kann über das Internet feststellen, wo sich eine Sendung für die Buchhandlung gerade befindet.

Service

Die Zwischenbuchhändler, ob Kommissionäre oder Großhändler, machen ihren » Kommittenten/» Kunden umfangreiche Service-Angebote. Das reicht vom » IT-Service, dem » elektronischen Lieferschein, den » Etiketten und der » regalfertigen Lieferung bis zum » Warenwirtschaftssystem, von Spezialkatalogen/Verzeichnissen und der Beratung bei Erstausstattungen über » Aktionswannen und » Warengruppenpakete bis zur » Marktinformation und von der Hilfestellung im » E-Commerce bis zum » Fulfilment. Am Anfang waren auch die » Logistikdienstleistungen als Service gedacht. Sie sind aber in der Zwischenzeit zu neuen Funktionen (Zweigen) des Zwischenbuchhandels ausgebaut worden.
Unter dem Namen „Fit für die Zukunft“ hat das Barsortiment KNV 2004 eine Initiative mit dem Ziel gestartet, weitere Rationalisierungspotenziale (für den Buchhandel) aufzudecken. Ausgangspunkt sind betriebswirtschaftliche Analysen und die Beratung des Buchhändlers in Bezug auf seine Lagerstruktur, die Prozesskosten und die » Bezugswegoptimierung. Libri bietet seinen Kunden „Libri.Sortimente“ als spezielle Anwendung des » ECR im Buchhandel an (» Sortimentsunterstützung).
Die » Barsortimente unterstützen die Buchhändler bei Hörbüchern, » neuen Medien und in den Randbereichen ihres Sortiments durch Paketangebote mit Remissionsrecht (» Aktionswannen, » Themen- und » Warengruppenpakete), durch Zurverfügungstellung von Präsentationshilfen und Abspielstationen und durch Sonderkonditionen in Kooperation mit Verlagen, die die betreffende Buchhandlung nicht (mehr) besuchen.
Im digitalen Zeitalter sind die Barsortimente und » Verlagsauslieferungen in das Geschäft mit den » E-Books eingestiegen. Sie verkaufen nicht nur die » E-Book-Reader, sondern bieten ihren Kunden auch Schulungen an, wie sie das E-Book in ihr Sortiment integrieren (z. B. mit E-Book-Cards) und kompetent gegenüber ihren Kunden auftreten können. Entsprechend den Portalen zum » Download von Hörbüchern (» Hörbuch-Download) gibt es Portale zum Download von E-Books, die die Barsortimente entweder selbst unterhalten oder sich eines Dienstleisters bedienen. Nicht zuletzt bieten Zwischenbuchhändler die » Konvertierung auf bestimmte E-Book-Standardformate (EPUB, pdf etc.) an.

Sigelung

Im „Verzeichnis lieferbarer Bücher“ (» VLB) sigeln die » Barsortimente » Buchzentrum (Hägendorf, Schweiz), Könemann Vertriebs GmbH (250.000 Bestseller aus dem Libri-Lager) und Umbreit ihre Lagertitel. In den Zeilen darunter stehen die » Barsortimentsnummern von Umbreit und vom Buchzentrum. Umbreit sigelt auch im KNV-Katalog. Mithilfe der Sigelung ist es dem Buchhändler möglich, in einem bibliografischen Werk mehrere Lieferquellen nachzuschlagen.
Im VLB sigeln in derselben Zeile wie die Barsortimente auch verschiedene österreichische und Schweizer Auslieferer nach dem Länderkennzeichen („A-...“ für Österreich bzw. „CH-...“ für die Schweiz) die Titel, die sie in ihrem Land ausliefern. Die Sigelung findet sich sowohl auf der DVD- als auch auf der Online-Version.

Sortiments-Kommissionär

„Der Sortiments-Kommissionär fasst Dienstleistungen im Rahmen des buchhändlerischen Bestell- und Lieferverkehrs zusammen. Als Bücherwagen-Dienst übernimmt der Sortiments-Kommissionär im Auftrag des Sortiments-Kommittenten ... die Zustellung von Gegenständen des Buchhandels von Verlagen bzw. deren Auslieferung (Beischlüsse) und fasst

sie ggf. mit Sendungen der » Barsortimente gleichrangig zusammen. Er übernimmt die Abholung von Remittenden bei den Sortiments-Kommittenten und deren Zustellung an die Verlage bzw. deren Auslieferungen entsprechend der Versandanweisung des Sortiments-Kommittenten. Als Bestellanstalt leitet er im Auftrag des Sortiments-Kommittenten dessen Bestellungen an die Verlage bzw. deren Auslieferungen weiter." (§ 1 Ziff. 3c der Verkehrsordnung)

Sortimentsunterstützung

Barsortimente unterstützen Buchhändler auch im Hinblick auf die Verkaufsförderung am Point of Sale (POS). Dieser Service erleichtern dem Buchhändler die Steuerung von Sortimentsbereichen und » Warengruppen, auf die er selbst aus Kapazitätsgründen wenig oder keinen spezifischen Fokus legen kann. Dies beinhaltet u. a. die Artikelauswahl, die Präsentation und Disposition der Ware.
Libri bietet seinen Buchhändlern mit dem Produkt Libri.Sortimente einen individuell steuerbaren und warenübergreifenden Regalservice nach Maß. Der Buchhändler entscheidet hierbei selbst, für welche Abteilung er Unterstützung in Anspruch nehmen möchte, z. B. Mangas oder Reisen. Aber auch warengruppenübergreifende Sortimente wie ein speziell auf Männer oder Frauen abgestimmtes Angebot sind möglich. Zudem gibt der Buchhändler vor, wieviel Platz für Stapel-, Rücken- oder Frontalpräsentationen jeweils zur Verfügung steht und welcher Raum für die individuelle Buchauswahl reserviert werden soll. Libri.Sortimente sorgt dafür, dass für diesen Bereich stets die bestgängigen Titel im Regal stehen und trägt so zu einer steigenden Abverkaufswahrscheinlichkeit bei. Um dies kontinuierlich zu gewährleisten, übermittelt die Buchhandlung die täglichen Verkäufe an Libri. Das Barsortiment liefert verkaufsstarke Titel sofort nach und tauscht weniger gut gängige Bücher gegen neue/andere Titel aus (» ECR). Zur Erfolgskontrolle sind relevante kaufmännische Kennzahlen für den Buchhändler jederzeit in einer Online-Übersicht abrufbar.
Als ein weiteres Ausbausortiment dieses Regalservices bietet Libri auch englischsprachige Titel an. Dieses Angebot eignet sich insbesondere für Buchhändler, deren Schwerpunkt nicht auf englischer Literatur liegt, die jedoch an der positiven Entwicklung dieses Bereiches teilhaben wollen. Neben Libri bieten auch die anderen Barsortimente vergleichbare Unterstützungsmaßnahmen an, etwa » Themenpakete oder » Warengruppenabonnements.

Spartenpapier

Am Ende eines langjährigen Streits um Rabatte zwischen einzelnen Verlagen und den » Barsortimenten (Verteilungskonflikt) gelang es dem Börsenverein 1984, durch das Spartenpapier („Verhaltensgrundsätze des Buchhandels"), einen Grundkonsens der Sparten zu erzielen, der Regeln für die Beziehungen zwischen Verlegern, Zwischenbuchhändlern und Bucheinzelhändlern enthält. Die endgültige, mit dem Bundeskartellamt abgestimmte Fassung, erschien als redaktionelle Beilage im „Börsenblatt für den Deutschen Buchhandel" Nr. 7/1985. Inzwischen ist das Spartenpapier in Vergessenheit geraten; aber manche Punkte haben Eingang ins Buchpreisbindungsgesetz von 2002 gefunden.

Spezialbarsortimente

Anders als die allgemeinen » Barsortimente führen die Spezialbarsortimente ein tiefes Lager ausgewählter Gebiete, z. B. Esoterik, Evangelika, Landkarten, Ökologie, Schulbücher oder Bücher in (bestimmten) Fremdsprachen (» Import). Ihre » Kataloge sind wichtige bibliografische Hilfsmittel auf diesen Spezialgebieten.
Eine Liste von Im- und Exporteuren und von „Buchgroßhandlungen mit Spezialgebieten", insbesondere mit Landkarten und Musikalien sowie Informationen zu Zwischenbuchhandel/Verlagsauslieferungen Bundesrepublik Deutschland, zum Österreichischen Buchhandel, zum Schweizer Buchhandel und zu Musikalienhändlern findet sich im „Adressbuch für den deutschsprachigen Buchhandel" im Internet unter **www.adb-online.de** sowie im „Banger" (Verlage Deutschland, Österreich, Schweiz).

Staffelrabatt

Viele Verlage gewähren neben dem » Grundrabatt Staffelrabatte, d. h., der Rabatt(satz) erhöht sich, wenn mehrere Exemplare pro Titel oder auch mehrere Exemplare einer Reihe bestellt werden. Zum Staffelrabatt zählt auch die buchhändlerische » Partie, ein Naturalrabatt, der über „Freiexemplare" abgegolten wird. Sogenannte Reizpartien gewähren gegenüber der Standardpartie mehr Freiexemplare im Verhältnis zu den bezahlten Exemplaren. Wie beim normalen Staffelrabatt gibt es diesen Naturalrabatt nicht nur titelbezogen, sondern auch reihenbezogen. „Gemischte Partie": Wer aus einer Reihe mindestens elf Exemplare (verschiedener Titel) bestellt, erhält das elfte Exemplar kostenlos.

Stichwort

Das Stichwort ist ein Ordnungswort, zumeist für die Bibliografie oder für Register, in die die wesentlichen, kennzeichnenden Wörter aus einem Buchtitel als Stichwort aufgenommen werden. Das Stichwort muss also (im Gegensatz zum » Schlagwort) im Titel, im Untertitel oder in der Reihenbezeichnung enthalten sein. Beim Stichwort geht es um die Frage „Wie heißt das Produkt?".

Strichcode, Strichcodierung

Auf die » Etiketten der Zwischenbuchhändler und auf immer mehr Bücher wird die » ISBN in Form eines maschinenlesbaren » EAN-/» GTIN-Codes gedruckt, um rationelle Verfahren der Warenwirtschaft im gesamten Buchhandel (von der Auslieferung über die » Barsortimente bis zum » Verbreitenden Buchhandel) einsetzen zu können (unter Verwendung von Lesestiften, Scannerkassen usw.).

T

Terminal

1976 begannen KNV und Libri Buchhandlungen mit Terminals auszurüsten, um deren Bestellungen zu bestimmten Zeiten abzurufen. Das IT-Zeitalter hat so Einzug im Buchhandel gehalten. Die technische Entwicklung hat diese (einfachen) Terminals in der Zwischenzeit überholt. Sie wurden von dialogfähigen » CD-ROM/DVD oder internetbasierten IT-Systemen abgelöst.

Themenpakete

Zusammenstellung von Paketen der » Barsortimente auf einen Anlass oder ein Thema bezogen – mit derselben Intention wie die » Warengruppenabonnements/» Warengruppenpakete.

Titel-Datenbank

Die Titel-Datenbanken sind die medienneutrale Basis für alle Erscheinungsformen der „Kataloge“, also für die gedruckte und gebundene Version von Verzeichnissen (Lagerkataloge in gedruckter Form gibt es seit 2001 nicht mehr), für die Online-Version als Basis der Inhouse-Bibliografie in Buchhandlungen und Bibliotheken und schließlich auch als Plattform für die Recherche im » Internet, der sich Buchhändler und Bibliothekare als Fachleute auf der einen, Institutionen, Wissenschaftler und Privatleute auf der anderen Seite als Interessenten oder Konsumenten jederzeit gern bedienen.
Die Titel-Datenbanken sind im deutschsprachigen Raum die Basis für die Internetauftritte vieler (Sortiments-)Buchhändler und großer Internetbuchhändler, denn ohne diese Datenbanken und die vielfältigen Möglichkeiten, darin zu recherchieren, wäre der Start in den Internetbuchhandel viel mühevoller und aufwendiger gewesen.
In der Zwischenzeit sind die Titel-Datenbanken über die reinen bibliografischen Angaben hinaus ergänzt worden. Hörbücher, Filme und Musik verzeichnen Informationen wie Laufzeit, Darsteller und Interpreten oder Komponisten. Details wie Altersempfehlung oder -beschränkung (FSK, GjS), Originaltitel und detaillierte Reihenangaben werden immer wichtiger. Abbildungen der Buchumschläge (Cover) und Zusatztexte (Klappentexte, Rezensionen ...) sind unverzichtbar geworden, um den » Kunden im Internet das Buch (oder jedes andere in der Datenbank gespeicherte Erzeugnis) so nahe wie möglich zu bringen. Im Internet ist eine tägliche und sogar minütliche Aktualisierung der Daten möglich. Die Kommunikation erfolgt mit den neuesten Techniken (ftp: file transfer protocol).
Erreichbar sind die Titel-Datenbanken im Internet unter folgenden Adressen:
www.buchkatalog.de (KNV), **www.home.libri.de** (Libri), **www.ubitweb.de** (Umbreit), **www.buchhandel.de/** **www.vlb.de** (VLB) und **www.sbz.ch** (Schweizer Buchzentrum)

Titelgebühr

I. d. R. entscheiden Gängigkeit und Konditionen eines Titels über die Aufnahme ins » Barsortiment. Lange Zeit wurden Reihen vollständig geführt. Als das Prinzip der Vollständigkeit von Reihen zur Diskussion stand, weil die Konditionen für die (weniger gängigen) Randtitel einer Reihe nicht (mehr) ausgereicht haben, wurde auf Verlegerseite die Idee der Titelgebühr geboren. Um die Vollständigkeit einer Reihe oder gar eines Verlagsprogramms im Barsortiment weiterhin zu gewährleisten, waren bestimmte Verlage bereit, Titelgebühren für Randtitel zu bezahlen, die nach den oben genannten Prinzipien vom Barsortiment sonst nicht mehr geführt worden wären.
Die Idee der Titelgebühr hat sich jedoch – mit Ausnahmen – nicht durchsetzen können, weil in letzter Konsequenz die Barsortimente gezwungen wären, alle Reihen vollständig bzw. die Backlist aller Verlage zu führen, die dafür Titelgebühren bezahlen. Die Titelgebühren können aber nicht so hoch sein, dass die damit notwendigen Kapazitätserweiterungen in den Barsortimenten finanziert werden könnten. Mit der Aufstockung der Lagertitel in den Barsortimenten bis auf 500.000 (2013) und mit der Einführung von » BoD und » PoD ist die Titelgebühr kein Thema mehr. Der „Druck auf Bestellung“ hat zu einer enormen Vermehrung der Titelzahlen geführt: Das » VLB verzeichnet (2013) mehr als 1,5 Mio. (lieferbare!) Titel.

Tracking & Tracing

» Sendungsverfolgung

Transparenz

Die » Barsortimente sind keine „Black Box“ (schwarzer Kasten), in der die Bücher der Verlage verschwinden, ohne dass festzustellen wäre, wohin sie geliefert werden. Die Barsortimente sind gegen Gebühr bereit, die durch sie fließenden Bücherströme den jeweiligen Verlagen offenzulegen. Dazu haben sie sich bereits in den „Thesen der Barsortimente“ (Sonderdruck aus „Börsenblatt für den Deutschen Buchhandel“ Nr. 43/1987) bekannt. These 5 lautet: „Die Barsortimente sind bereit, die durch sie fließenden Bücherströme offenzulegen, soweit Verlage dafür ein berechtigtes Interesse haben und bereit sind, die dadurch entstehenden Kosten zu bezahlen.“
Wenn Buchhandlungen einen großen Teil ihrer Bezüge über ein Barsortiment abwickeln, eröffnen sie u. U. den Verlagen, deren Titel nicht (mehr) direkt bezogen werden, die Möglichkeit, den Absatz ihrer Titel über das Barsortiment an diese Buchhandlungen transparent zu machen (» Anabel und » Funktionsverschiebung).

V

Verband der österreichischen Buchgrossisten

Dieser Verband (Fachverband des Hauptverbandes des Österreichischen Buchhandels) vertritt die Interessen der österreichischen Zwischenbuchhändler. Adresse: Verband der österreichischen Buchgrossisten, Grünangergasse 4, 1010 Wien
www.buecher.at

Verbandssortiment

Genossenschaftlicher Buchgroßhandel als Regiebetrieb eines (Berufs-)Verbandes/Vereines (» Vereinssortiment).

Verbreitender Buchhandel

„Zum Verbreitenden Buchhandel gehören Unternehmen, die Gegenstände des Buchhandels (§ 7) verbreiten und einer der folgenden Gruppen angehören:
1. Bucheinzelhandel:
Unternehmen, die Einzelhandel mit Gegenständen des Buchhandels betreiben;
2. Antiquariate, Unternehmen von Buch- und Grafikversteigerern;
3. Werbende Buch- und Zeitschriftenhandlungen."
(§ 6 Abs. 3 der Satzung des Börsenvereins des Deutschen Buchhandels e. V.)

Verbundgruppe

Moderne Bezeichnung für eine (legale, d. h. nicht kartellwidrige) Vereinigung von Unternehmen, die gemeinsam ein oder mehrere wirtschaftliche Ziele verfolgen, um sich im Wettbewerb mit größeren Unternehmen und Konzernen besser behaupten zu können. I. d. R. wird für eine solche Vereinigung von Unternehmen die Rechtsform der Genossenschaft (eG) gewählt, die hohe Anforderungen an die Mitglieder (Genossen) stellt und demokratisch organisiert ist („one man – one vote": Jeder Genosse hat eine Stimme, unabhängig von der Höhe seiner Anteile/Beteiligung an der Genossenschaft). Um die „Nachteile" der Rechtsform der Genossenschaft zu vermeiden und/oder im Wettbewerb handlungsfähiger zu sein, haben manche Verbundgruppen die Rechtsform gewechselt und firmieren nun als Aktiengesellschaften (AG) oder als Gesellschaften mit beschränkter Haftung (GmbH).
» eBuch und » LG Buch sind nach wie vor als buchhändlerische Genossenschaften organisiert. » AGM und » AUB haben als Vereine keine eingetragene Rechtsform. Die AUB arbeitet mit der » EK/servicegroup eG zusammen.
Es gibt im » Herstellenden Buchhandel verlegerische „Verbundgruppen", die z. B. gemeinsam ihre Taschenbuchrechte verwerten, wie der Deutsche Taschenbuch Verlag (dtv GmbH & Co. KG) oder Uni-Taschenbücher (UTB GmbH), oder den Vertrieb gemeinsam organisieren: » Vertriebsgemeinschaft. Es gab auch genossenschaftlich organisierte Verlagsauslieferungen wie z. B. VM (Verlegerdienst München gehört inzwischen zur VVA) in Deutschland und BDK in der Schweiz (später in Köln, 2010 geschlossen).

Vereinssortiment

Seit der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts versuchte der Buchhandel, den Genossenschaftsgedanken zu verwirklichen, indem u. a. Einkaufsgenossenschaften als „Vereinssortimente" eröffnet worden sind: Schlesisches Vereinssortiment in Breslau (1879–1944), Mitteldeutsches Vereinssortiment in Frankfurt am Main (1880–1910), Schweizerisches Vereinssortiment in Olten (1882, heute » Buchzentrum in Hägendorf), Berliner Vereinssortiment in Berlin (1884–1887), Verbandssortiment Evangelischer (und Katholischer) Buchhändler in Stuttgart (1949–1974), Buchgenossenschaft in Bielefeld (1952–1955). Lediglich das (Schweizer) Buchzentrum in Hägendorf hat wegen der Lage in der Schweiz und der besonderen Geschichte (Erfahrungen im Ersten und Zweiten Weltkrieg!) überlebt. Libri ist daran seit 2001 mit 20 Prozent beteiligt.

Verkehrsnummer

Alle am buchhändlerischen Verkehr beteiligten Mitglieder der buchhändlerischen Verbände (» Börsenverein des Deutschen

Buchhandels und seine Landesverbände sowie fachverwandte Verbände) erhalten seit 1963 eine debitorische (Kunden-) und/oder eine kreditorische (Lieferanten-)Nummer. Diese Verkehrsnummer wird sowohl im » buchhändlerischen Verkehr als auch im » Zahlungs-Clearing der » BAG verwendet und identifiziert Kunden und Lieferanten eindeutig. Während Buchhandlungen i. d. R. nur eine Debitoren-(Kunden-)Nummer haben, führen die » Barsortimente und » Kommissionäre sowohl eine Kreditoren- als auch eine Debitoren-Nummer. Verlage erhalten eine Kreditoren-(Lieferanten-)Nummer und auch eine Debitoren-Nummer, wenn sie z. B. Handelsware (Bücher anderer Verlage) im Rahmen ihres (Internet-)Versandes verkaufen oder Bücher für das Haussortiment beziehen. Entsprechendes gilt umgekehrt für Buchhandlungen, die verlegerisch tätig sind.
Gemäß dem „Merkblatt zur einheitlichen Verkehrsnummer im Buchhandel" der » MVB beginnt der Kreditoren-Nummernkreis mit 10000 und geht bis 18499. Der Debitoren-Nummernkreis startet mit 18500 und endet bei 59999. Ab 60000 sind die Nummernkreise frei und werden von Verlagen und Zwischenbuchhändlern für den Verkehr mit » Kunden verwendet, die keine Verkehrsnummer haben.
Im Rahmen internationaler Normung wird die Verkehrsnummer über kurz oder lang durch die » ILN (International Location Number) bzw. » GLN (Global Location Number) ersetzt werden.

Verkehrsordnung (für den Buchhandel)

Früher war es allein Sache der Verlage, ihre Geschäftsbedingungen gegenüber dem Buchhandel als Konditionenempfehlung festzulegen. Am 31. August 1989 trat zum ersten Mal eine Verkehrsordnung des gesamten Buchhandels, d. h. aller drei Sparten des » Börsenvereins, in Kraft, die 2006 überarbeitet worden ist und nun in der Fassung vom 9. November 2006 (mit der Ergänzung vom Juni 2011 in § 3 Ziff. 3: VLB als Referenzdatenbank für Ladenpreise) vorliegt.
Nach wie vor handelt es sich bei der Verkehrsordnung für den Buchhandel um (unverbindliche) Konditionenempfehlungen bzw. um Handelsbräuche, die Verleger, Buchhändler und Zwischenbuchhändler ihrem Geschäftsverkehr zugrunde legen sollen, wenn sie im Einzelfall nicht ausdrücklich abweichende Regelungen treffen.
www.boersenverein.de (Volltextsuche)

Verlagsauslieferungen

Neben den klassischen Funktionen – Bestellannahme, Lagerhaltung, Fakturierung, Auslieferung und Remissionsbearbeitung – bieten die Verlagsauslieferungen (VA) heute ein breites Spektrum zusätzlicher Dienstleistungen für ihre Verlage (» Kommittenten) an. Moderne » Informationssysteme unterstützen die Vertriebsarbeit der Verlage und deren Vertreter. Die Führung der Debitorenkonten wurde um Finanzdienstleistungen (» Delcredere, » Factoring oder » Inkasso) erweitert.
Als weitere Dienstleistung sind bei vielen VA Parkmodelle (» Parken) und » PoD hinzugekommen.
Durch die Vielzahl von Dienstleistungen und Vertragsarten (zwischen Auslieferung und Verlag) ist es schwierig, die VA rechtlich einzuordnen. I. d. R. sind sie keine » Kommissionäre nach HGB; aber » buchhändlerische Kommissionäre im traditionellen Sinn sind sie nur dann, wenn sie nach dem » Mandantenprinzip arbeiten, d. h. wenn sie die Sendung eines Verlages auf eine Rechnung setzen und nicht verlagsübergreifend fakturieren. Verlagsübergreifendes Fakturieren wird erst möglich, wenn Verlage sich zu einer Auslieferungs-, Verlags- oder » Versandgemeinschaft zusammenschließen oder wenn sie mit der VA Factoring vereinbaren oder wenn die VA eine juristische Sekunde vor dem Verkauf die auszuliefernden Bücher beim Verlag kauft, d. h. die ausgelieferten Exemplare erwirbt, um sie auf eigene Rechnung zu verkaufen. Im dritten Fall werden diese VA vom Dienstleister (Absatzhelfer) zum Eigenhändler bzw. Großhändler (Absatzmittler). Der Verlag hat den Vorteil, nur noch einen Kunden (nämlich seine VA) zu haben, aber er begibt sich dadurch in eine gewisse Abhängigkeit, denn er verliert die Risikostreuung seiner Forderungen auf viele Kunden und den Einfluss auf die Zahlungskonditionen (weil alles auf eine Rechnung geht).
Für die Dienstleistungen der VA zahlt der (Verlags-)Kommittent Provisionen (variable Kosten in Prozent vom Nettoumsatz) und Spesen (Ersatz für fixe, d. h. vom Umsatz unabhängige Kosten) an seine VA. Die Höhe der Provisionen für das Handling und die Fakturierung richtet sich nach der Auslieferungsstruktur des Verlages (Titelzahl, Lagerumschlag, Bündelung pro Bestellzeile, Anzahl der Rechnungen usw.). Die Spesen hängen von der Inanspruchnahme (Lagerraum, Porto, Verpackung, Telefon, Arbeitszeit für Sonderwünsche usw.) ab. Provisionen und Spesen zusammen ergeben die Gebühren, die ein Verlag – i. d. R. monatlich – an seine Auslieferung zu zahlen hat.
Auch wenn die Vertriebshoheit beim weisungsberechtigten Verlag bleibt, kann er durch die Einschaltung einer VA einen Großteil seines Vertriebs ausgliedern, um sich ganz den zentralen Bereichen Lektorat, Herstellung, Marketing und Verkauf (samt Vertretereinsatz und -steuerung) zu widmen. In Österreich und der Schweiz wird u. U. auch die Verlagsvertretung (deutscher Verlage) an die dortige VA „outgesourct".
Die Vorteile einer Fremdauslieferung gegenüber der Selbstauslieferung liegen in der überwiegend preisgünstigeren Abwicklung (Bündelungs- und Synergieeffekte, bessere Ausnutzung technischer Einrichtungen und Geräte, Mehrfachnutzung von Softwaremodulen usw.) und der Flexibilisierung der Auslieferungskosten (mehr variable, d. h. umsatzabhängige Kosten statt der weitgehend fixen Kosten der eigenen Auslieferung), im detaillierteren und tagesaktuellen Berichtswesen (Buchungen, Informationen, Statistiken) sowie in der Vermeidung von Kapazitätsengpässen bzw. Überkapazitäten (bezogen auf den einzelnen Verlag). Durch die Zusammenarbeit mit einer VA nimmt der Verlag automatisch an der Weiterentwicklung der » Informationssysteme und » Logistikdienstleistungen teil.
Dennoch halten manche Verlage an der eigenen Auslieferung fest, weil sie mit einer Druckerei verbunden ist, weil sehr viele » Endkunden (» Letztabnehmer) bedient (und gepflegt) werden, weil die Bücher „im eigenen Haus" bleiben sollen oder weil die eigene Auslieferung günstiger ist oder erscheint.
Die Vorteile einer VA für den Buchhandel liegen in den Bünde-

lungseffekten, d. h., dass Bestellungen, Anfragen, Lieferungen und Zahlungen, die mehrere Verlage betreffen, von deren VA zusammengefasst werden. Mit der Möglichkeit, Bestellungen so lange zu » parken, bis ein bestimmtes Volumen (Wert) erreicht ist oder ein festgelegter Zeitraum überschritten wird, erhöht sich der Bündelungseffekt.
Bis in die 1960er Jahre war die VA eine Domäne selbständiger Zwischenbuchhändler oder eines der Unternehmen großer Zwischenbuchhändler, die alle Zweige des Zwischenbuchhandels in ihrer Unternehmensgruppe vereinten, d. h. als Kommissionäre und als Barsortimenter tätig waren und z. T. noch sind. Diese Tradition endete mit der Gründung der Vereinigten Verlagsauslieferung (VVA) durch Bertelsmann (1959). Danach folgte eine ganze Welle von „Ausgründungen“: Alle großen Schulbuchverlage verselbständigten ihre Auslieferungen und nahmen die Programme fremder Verlage auf.
Die Auslieferungen ausländischer Verlage sind oft gleichzeitig als (» Spezial-)Barsortimente (» Import) tätig (sowohl in Deutschland als auch in der Schweiz und in Österreich). Das wird dadurch gefördert, dass die Auslieferung als Großhandel betrieben wird: Kauf der Verlagserzeugnisse – allerdings mit vollem Remissionsrecht –, Verkauf auf eigene Rechnung und eigenes Risiko, Vertretung und Werbung für mehrere Verlage (gemeinsam), usw. In Deutschland bieten einige VA ihren Kommittenten weitere Vertriebsdienstleistungen (gemeinsame Messeauftritte, Key-Account, d. h. Betreuung von Großkunden usw.) an: » Export, » Import (» Vertriebsservice).
Mit der Digitalisierung (» E-Book, » E-Paper) halten die VA Schritt (» Digitale Verlagsauslieferung) und bieten neue Dienste an wie Hosting, » Konvertierung u. a. VA haben außerdem schon vor vielen Jahren damit begonnen, ihre Dienstleistung auch Auftraggebern (» Mandanten) außerhalb des Buchhandels anzubieten: „Industriegeschäft“. In dem Maße, wie dadurch neue Kunden gewonnen worden sind, hat sich die Dienstleistungspalette erweitert, von weltweitem Prospektversand bis zur Abrechnung von (Kunden-)Kartensystemen.
Die Internetadressen der VA finden sich im „Banger“ im Band „Verlagsauslieferungen“ sowie im Adressbuch für den deutschsprachigen Buchhandel (www.adb-online.de), z. B. **www.brocom.de, www.cvk.de, www.hgv-online.de, www.kno-va.de, www.lkg-va.de, www.prolit.de, www.de.rhenus.com, www.rungeva.de, www.sovaffm.de, www.svk.de, www.umbreit.de, www.vva-online.net, www.vsb-service.de, u. a.**

Verlags-Kommissionär

„Der Verlags-Kommissionär liefert aus dem von ihm verwalteten Auslieferungslager im Auftrag, für Rechnung und nach Weisungen der Verlags-Kommittenten aus (Verlagsauslieferung)“ (§ 1 Ziff. 3d der Verkehrsordnung).

Verlegerbeischlüsse

sind Sendungen von Verlagen oder deren Auslieferungen, die im » Büchersammelverkehr verschickt werden. Im Auftrag des Sortiments-Kommittenten (» Kommittent/Buchhandlung) transportieren die » Bücherwagendienste nämlich nicht nur Sendungen des » Barsortiments und der » Verlagsauslieferung, die zu diesem Zwischenbuchhandelsunternehmen (bzw. seinem Firmenverbund) gehören, sondern auch Sendungen fremder Verlage/Auslieferungen, sofern diese dem Büchersammelverkehr angeschlossen sind. Auf dem Rückweg nehmen die Bücherwagen die Remittenden mit. Mit Ausnahme der » Einholgebühren trägt der Sortiments-Kommittent als Auftraggeber die Gebühren für den Transport im Büchersammelverkehr (zur Berechnung siehe » Porto).

Verpackungsverordnung

Durch die Verpackungsverordnung vom 12. Juni 1991 (zuletzt geändert am 1. April 2009) sollte erreicht werden, dass der Verpackungsabfall minimiert und stofflich entsorgt wird. Die Zwischenbuchhändler wendeten sich deshalb den Mehrwegsystemen zu und einigten sich auf einem Symposium im Herbst 1992 in München auf einheitliche Behälterformate, sodass ihre » Mehrwegbehälter (i. d. R. aus Kunststoff) kompatibel (ineinander stapelbar) sind. Aus technischen Gründen (Probleme bei der statischen Aufladung und Reinigung von Kunststoffwannen) blieb der » Bücherwagendienst von Umbreit jedoch bei den „Pappwannen“, die alle Barsortimente bis 1992 genutzt haben.
Die » Barsortimente setzen im Rahmen ihrer Bücherwagendienste soweit wie möglich Mehrwegbehälter ein, während im » Büchersammelverkehr Verlage bzw. deren Verlagsauslieferungen nur teilweise bereit sind, die Nutzungsgebühr für die Mehrwegbehälter zu bezahlen, die die Bücherwagendienste pro Umlauf (Transport zum Kunden und Rückholung) in Rechnung stellen.

Versandgemeinschaft

Während Verlagsauslieferungen, die Factoring betreiben oder die Ware auf eigene Rechnung ausliefern (» Auslieferungsvertrag und » Verlagsauslieferung), sehr einfach Sendungen verlagsübergreifend bündeln können, widerspricht dies im Grundsatz dem » Mandantenprinzip.
Da viele Abnehmer aus Gründen der Ökologie und der Rationalisierung eine höhere, d. h. auch verlagsübergreifende Bündelung ihrer Bestellungen wünschen, gehen auch Verlagsauslieferungen, die nach dem Mandantenprinzip organisiert sind, dazu über,

Sendungen verschiedener Verlage zu bündeln, d. h. zusammenzupacken, um Verpackung und Transportkosten einzusparen, wenn Verlage damit einverstanden sind und sich zu einer Versandgemeinschaft zusammenschließen (siehe auch » Fakturgemeinschaft).

Vertriebsgemeinschaft

Obwohl es im Zug der Zeit liegt, dass (kleine und mittlere) Verlage sich zu Vertriebsgemeinschaften zusammenschließen, ist es bisher noch nicht sehr vielen Verlagen gelungen, solche Vertriebsgemeinschaften zu bilden. Erste Ansätze gab es im konfessionellen Buchhandel (ABC-Team, Verlagsgruppe Engagement …). In der Zwischenzeit haben sich die Verlage von UTB für ihr Hardcover-Programm zum UTB-Forum zusammengeschlossen. Aurora bündelt die Programme esoterischer Verlage mit Erfolg und dtv öffnete seinen Vertrieb für „passende" Verlage.
Voraussetzung für eine erfolgreiche Vertriebsgemeinschaft ist, dass alle Beteiligten eigene Wege und Wünsche dem gemeinsam zu erreichenden Ziel unterordnen: ein gemeinsamer Auftritt am Markt, insbesondere aber bei den Großkunden des Buchhandels, die die einzelnen Verlage bzw. ihre Vertreter (Key-Accounter) nicht mehr empfangen (» Funktionsverschiebung), weil sie zu den B- oder C-Verlagen zählen, von denen nur noch einzelne (regional oder sonst bedeutsame) Titel direkt geordert werden. Das übrige Sortiment wird bei den » Barsortimenten bestellt.
Durch den gemeinsamen Auftritt (eine gemeinsame Vorschau oder zumindest ein gebündelter Vorschau-Versand, ein gemeinsames Vertreterteam nach Möglichkeit, eine gemeinsame » Auslieferung, eine gemeinsame Sendung und eine gemeinsame Rechnung) stellt sich die Vertriebsgemeinschaft für den (Groß-)Kunden wie „ein Verlag" dar. Da eine der Bedingungen für eine erfolgreiche Vertriebsgemeinschaft die gemeinsame Auslieferung ist, haben » Verlagsauslieferungen großes Interesse, solche Vertriebsgemeinschaften zu akquirieren, stehen bereits in der Planungsphase mit Rat und Tat zur Seite und bieten ihren » Vertriebsservice an, damit die Vertriebsgemeinschaft erfolgreich arbeiten kann.
www.wbg-wissenverbindet.de, www.juliane-seyfarth.de (artfolio Vertriebskooperation)

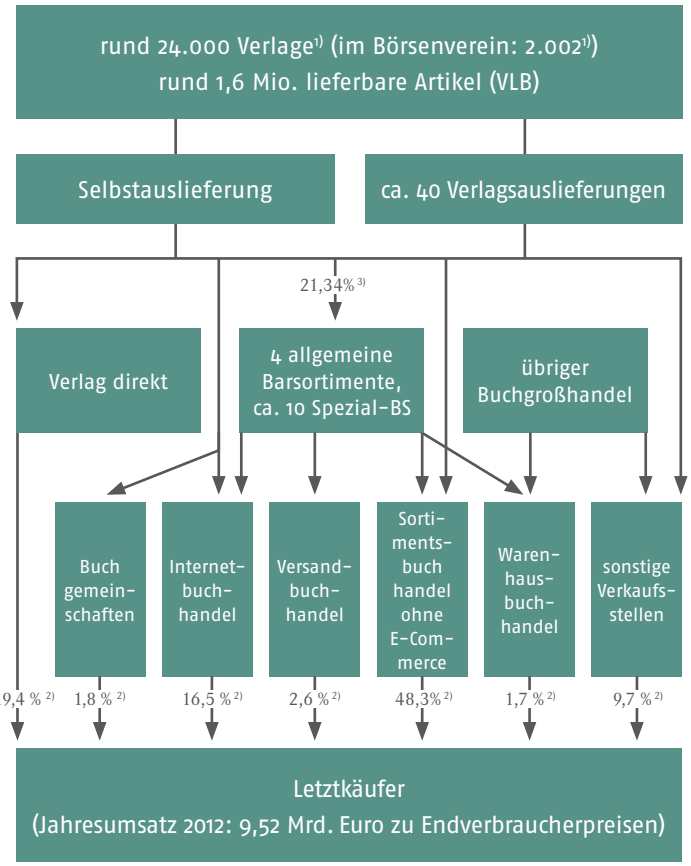
Vertriebskooperation

» Vertriebsgemeinschaft

Vertriebsservice

Unternehmen (nicht selten » Verlagsauslieferungen, insbesondere in » Österreich und der » Schweiz), die den Vertriebsservice betreiben, bieten vielfältige Unterstützung von Verlagen im Rahmen des » Outsourcings an: zum einen im Buchhandel die klassische Vertretung – einschließlich der Akquisition und Betreuung neuer Absatzkanäle („Nebenmärkte") oder internationaler Märkte – und die Unterstützung im Marketing, zum anderen im Pressevertrieb die Betreuung aller Absatzkanäle, vom Abonnement über den Lesezirkel bis zum Einzelverkauf (auch für Taschenbücher …) einschließlich Marktanalyse und Statistik (» National Distributor).

So findet das Buch zum Käufer: die Vertriebswege in Deutschland (Stand 2012)



[1] adb-online 2013
[2] Buch und Buchhandel in Zahlen 2013
[3] Logistikumfrage 2013, Börsenverein

VLB

Das Verzeichnis lieferbarer Bücher entstand 1972 und beruht auf den Titelmeldungen der Verlage in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Es enthält zur Zeit (2013) ca. 1,5 Mio. Einträge (i. d. R. lieferbare Titel, z. T. als » POD, aber auch Novitäten, die noch nicht erschienen sind …). Im VLB sigeln die » Barsortimente Umbreit, » Buchzentrum, Könemann (Vertriebsgesellschaft) und einige » Auslieferungen aus Österreich und der Schweiz ihre Lagertitel (» Sigelung).
Das VLB in Buchform (zuletzt zwölf Bände) ist 2004 eingestellt worden und erscheint z. Zt. (2013) zwölfmal im Jahr als DVD und enthält zusätzlich:
1. Ergänzungskatalog von Umbreit,
2. Österreichischer Schulbuchkatalog,
3. Katalog von Petersen Buchimport.
In der Schweizer Auflage des VLB auf DVD findet man den Katalog des Schweizer Buchzentrums anstelle der Ergänzungskataloge (Ziff. 1).
Seit 1997 ist das VLB auch im Internet erreichbar (www.vlb.de). Über die „Volltextsuche-online (VTO)" erfolgte die Weiterentwicklung zu » libreka!
Seit Juni 2011 ist das VLB Referenzdatenbank für die Preisbindung: „Der vom Verlag oder vom Importeur an das Verzeichnis lieferbarer Bücher (VLB) gemeldete und veröffentlichte Endpreis (Ladenpreis) eines preisgebundenen Verlagserzeugnisses wird entsprechend der Verkehrsübung sowohl vom Verlag bzw. vom

Importeur als auch vom Abnehmer als verbindliche Preisfestsetzung und Preisveröffentlichung im Sinne der Buchpreisbindung verstanden. Der so gemeldete Ladenpreis gilt als gebundener Buchpreis gemäß § 5 Abs. 1 BuchPrG. Änderungen und Aufhebungen von gebundenen Ladenpreisen, auch der Sonderpreise und der Sonderbedingungen, muss der Verlag bzw. der Importeur mit einer Vorlauffrist von 14 Tagen im VLB … seinen Abnehmern direkt anzeigen." (§ 3 Ziff. 3 der Verkehrsordnung)
www.vlb.de

VLB plus

Unter dem Projektnamen „VLB plus" entsteht zur Zeit (2013) die zentrale Datenbank für Metadaten und Marketinginformationen aller deutschsprachigen Buch-, E-Book- und Hörbuch-Titel (vgl. » Metadatenbank).
Als Metadaten werden strukturierte Daten bezeichnet, die Informationen über andere Informationsressourcen enthalten: Titelbeschreibung, Produktbeschreibung und Verkaufsdaten (einschließlich Lieferbarkeitsangaben). Nach dem Zeitplan der MVB sollen erste konkrete Ergebnisse für die Projekte „Datenqualität 2.0", „Digitaler Vorschau-Service" und „Bewertungsdatenbank des deutschen Buchhandels" 2014 vorliegen.

VMP

VMP bedeutet „Verkaufstägliche Marktbeobachtung am Point of Sale", eine spezielle Form des » ECR im » Presse-Vertrieb. Die Presse-Grossisten (» Presse-Grosso) erhalten täglich (u. U. auch mehrfach am Tag) Meldungen aus den Scannerkassen ihrer Kunden, um die Belieferung möglichst nahe am Bedarf – und nicht mehr ausschließlich nach mathematisch-statistischen Methoden der Trendextrapolation – durchzuführen und so die Remissionsquote zu senken. Da der Presse-Grossist einziger Lieferant für Presse-Erzeugnisse ist, hat er mit den Verkaufsdaten seiner Kunden und deren Bezugsdaten auch die Bestandsdaten (abgesehen vom Schwund) zur Verfügung, so dass er „just in time" nachliefern oder Überbestände zurückrufen kann.
Die Daten aus VMP dienen auch zum Aufbau von Panels, um schnell repräsentative (Ab-)verkaufsdaten von Titeln, insbesondere von Novitäten, zu bekommen, die aggregiert und anonymisiert an die Verlage gemeldet werden, sei es an die Vertriebsabteilungen oder an die Chefredaktionen, die sich so einen schnelleren Überblick über den Verkauf ihrer Titel verschaffen können, als wenn sie auf die wöchentliche Abrechnung im Rahmen der „Körperlosen Remission" (Bezüge minus Remissionen) warten müssen.

Vormerken

Bei einem » Barsortiment oder einer » Verlagsauslieferung vorübergehend nicht lieferbare oder noch nicht erschienene Titel können vom Buchhandel auf Wunsch generell oder individuell (im Einzelfall) vorgemerkt werden. Über die Art der Vormerkung informieren die » Meldenummern. Die Bücher werden (nach-) geliefert, sobald die Titel im Barsortiment bzw. in der Verlagsauslieferung eingetroffen sind.

W

Wanne

» Mehrwegbehälter

Warengruppe(n)

Bibliotheken und Buchhandel bilden seit langer Zeit Warengruppen (Literaturgattungen), um sich vergleichbarer zu machen und um Trends bestimmen zu können. Dies setzt aber voraus, dass dieselbe » Warengruppensystematik verwendet wird, sonst sind die Statistiken nicht miteinander vergleichbar. Die Warengruppen werden heute nicht nur zur Organisation innerhalb der (Bibliotheken und) Buchhandlungen genutzt, sondern dienen darüber hinaus als Basis für zahlreiche Auswertungen: Die GfK (Gesellschaft für Konsumforschung) ordnet die Titel im Haushaltspanel nach der Warengruppensystematik der Barsortimente. Dasselbe gilt für die Bestsellerlisten von Media Control im Handelspanel: Eine falsche Zuordnung führt deshalb zu falschen Ergebnissen.

Warengruppenabonnements/ Warengruppenpakete

Alle Barsortimente bieten dem Buchhandel „Pakete" mit Remissionsrecht an, damit Buchhandlungen ohne Risiko neue Bereiche am Rand ihres Sortiments testen und erweitern können, die bestimmten Warengruppen (der Bücher oder Non-Books, wie Spiele, Filme auf DVD, Hörbücher usw.) zugeordnet werden können.
Die Warengruppenpakete können einzeln oder „im Abonnement" (regelmäßig) bezogen werden. Buchhändlerinnen und Buchhändler profitieren auf diese Weise von der Einkaufskompetenz und der Markteinschätzung der Einkäufer im Barsortiment, die die Pakete i. d. R. in Absprache mit den Vertriebsleitern der Verlage oder anderer Hersteller (DVD, Spiele usw.) bestücken.

Warengruppensystematik

Immer wieder hat es in der Vergangenheit Bemühungen im Buchhandel gegeben, eine einheitliche Warengruppensystematik einzuführen. Die Klassifikation der Deutschen Bibliothek hat sich für betriebswirtschaftliche Auswertungen im Buchhandelsalltag nicht bewährt. 1996 wurde von den großen » Barsortimenten eine Systematik entwickelt, die dem Buchhandel wesentliche Erleichterungen bietet. Sie ist 2006 überarbeitet worden (gültig seit 1. Januar 2007) und kann im Internet beim Börsenverein heruntergeladen werden (www.boersenverein.de unter Service & Download, Downloads Verlage).
Die hierarchische Gliederung erlaubt großen wie kleinen Buchhandlungen, aber auch Fachbuchhandlungen einen sinnvollen Einsatz. Besonders für Buchhandlungen mit Warenwirtschaftssystemen bedeutete die einheitliche Systematik eine wesentliche Arbeitserleichterung, da die Warengruppeneinteilung nicht mehr beim Wareneingang in den Buchhandlungen vorgenommen werden muss.
Die Barsortimente wenden auf ihren Gesamtbestand eigene, an die Warengruppensystematik von 1996 angelehnte Warengruppen an. Daneben ist die Warengruppe in der Version 2.0 unver-

ändert gespeichert, die (individuell) der jeweilige Verlag vergibt. Die Internationalisierung des Buchhandels und die Verlagerung der Recherche in das Internet erfordern die Vergabe weiterer, stärker differenzierter Klassifikationsmerkmale. Auf der Leipziger Buchmesse 2013 wurde (Pan)Thema vorgestellt. Die Weiterentwicklung der BIC/BISAC (Großbritannien/USA) und ihre weltweite Anwendung ist auch im deutschsprachigen Raum in Arbeit unter Federführung der » MVB und wird 2014 in Deutschland „eingeführt“ werden, ohne die deutsche Warengruppensystematik abzulösen, d. h. beide Systeme laufen (zunächst) parallel.

Warenwirtschaftssystem(e)

Die » Barsortimente bieten im Rahmen ihres » IT-Service Warenwirtschaftssysteme an. Dabei handelt es sich um die Erfassung und Auswertung des gesamten Warenkreislaufs einer Buchhandlung, von der Bestellung über den Wareneingang, die Lagerhaltung und Inventur bis zur Auslieferung. Durch weitergehende Dienstleistungen, wie z. B. » Etiketten, » elektronische Lieferscheine usw. erleichtern alle Barsortimente ihren Kunden die Arbeit mit den Warenwirtschaftssystemen.

Werbemittel

Neben den traditionellen Werbemitteln (Spezialkataloge und Verzeichnisse) haben die » Barsortimente ihr Angebot für den Buchhandel erweitert. Werbemittel werden auch für neue Angebote des Buchhandels (z. B. » Neue Medien, » Non-Books) erstellt und dem Buchhandel kostengünstig angeboten. Sie lassen sich durch einen Firmeneindruck auf einfache Weise in das Corporate Design der Buchhandlung einfügen.

Werbender Buch- und Zeitschriftenhandel

Werbende Buch- und Zeitschriftenhandlungen gehören nach der Satzung des » Börsenvereins zum Verbreitenden Buchhandel (§ 6 Abs. 3 Ziff. 3 der Satzung). Im Unterschied zum klassischen Reise- und Versandbuchhandel beschränkt sich der werbende Buch- und Zeitschriftenhandel auf die Akquisition und Betreuung von Abonnements für Zeitschriften (selten für Zeitungen) und von Mitgliedschaften in Buchgemeinschaften (Buchklubs). Z. T. wirbt er auch Kunden für Versicherungen. Er bediente sich dabei sowohl der Reisenden als auch des klassischen Versandes (Mailings per » DFÜ und Post). Die Tür-zu-Tür- und die Telefon-Werbung geht – wie alle Formen der direkten Ansprache – zugunsten der Akquisition im Internet zurück, weil gesetzliche Vorschriften die Akquisition und die Werbung an der Haustüre, per Telefon und Mailing im Sinne der Verbraucher einschränken. Die werbenden Buch- und Zeitschriftenhandlungen haben sich in einem eigenen Verband zusammengeschlossen, der jetzt den Namen „Bundesverband der Medien- und Dienstleistungshändler e. V.“ trägt.
www.bmd-verband.de

White-Label-Shops

Zusätzlich zum klassischen Barsortimentsgeschäft bieten Barsortimente dem Buchhandel auch Lösungen rund um das Online-Geschäft und die digitale Content-Distribution an. Neben kontinuierlich wachsenden Digital-„Katalogen“ (E-Books, Hörbuch-Downloads) liegt der Fokus hier vor allem auf der Online-Filiale in Form eines eigenen Buchhändler-Web-Shops. Über sogenannte White-Label-Shop-Lösungen, wie z. B. Libri sie mit Libri.Shopline anbietet und KNV mit KNdigital E-Commerce Solutions (ECS) und Umbreit mit dem UmbreitWebshop, profitiert der Buchhändler von einem einfachen und auf Wunsch individualisierbaren Shopsystem. So kann er physische ebenso wie digitale Produkte ohne große Hürden und eigene IT-Aufwände auch online vertreiben.
Der Zwischenbuchhändler fungiert als Fullservice-Dienstleister: Buchhändler können ihre Shops individuell gestalten, profitieren aber vom einheitlichen, redaktionell aufbereiteten Content-Angebot, das der Zwischenbuchhändler bereitstellt und fortlaufend ausbaut. Daneben leistet der Zwischenbuchhändler die permanente technische Weiterentwicklung, Category Management und Marketing sowie Kundensupport.
Libri betreibt seinen Shop im eigenen Namen und der Buchhändler erhält eine Provision für überwiesene Bestellungen. Bei KNV bleiben die Käufer beim Buchhändler, der den Shop unter seinem eigenen Namen betreibt.

X

XML

Was » EDI für die konventionelle » Datenfernübertragung ist, wird der XML-Standard für den Verkehr im Internet werden. EXtensible Markup Language (XML) ist die logische Fortentwicklung von HTML (HyperText Markup Language). Der von der Global Commerce Initiative (GCI) entwickelte Standard beschreibt bereits die Abbildung von Artikel- und Partnerstammdaten, Bestellungen, Lieferavisen und Rechnungen in XML. Darüber hinaus ermöglicht XML die ausgabeneutrale Datenhaltung für alle Titel im Verlag. Es werden die Mastercopies in der „Auszeichnungssprache“ XML vorgehalten und können variabel in den gewünschten Formaten ausgegeben werden.

Z

Zahlungs-Clearing

Das Zahlungs-Clearing gehört seit dem 19. Jahrhundert zu den Kernaufgaben des Zwischenbuchhandels und wird seit 1922 auch von der » BAG (Buchhändler-Abrechnungs-Genossenschaft später Buchhändler-Abrechnungs-Gesellschaft) im nationalen, teilweise auch im internationalen Zahlungsverkehr durchgeführt.

Zentrale Bestellanstalt

In der Zeit der Diskussion um die » Branchenrationalisierung (1969–1971) entstanden viele Pläne zur Verbesserung des » buchhändlerischen Verkehrs. Sie mündeten schließlich in der Idee (Oldenbourg-Plan), grundsätzlich alle Bestellungen über die » Barsortimente abzuwickeln. Die Barsortimente sollten liefern, was sie auf Lager hatten, und den Rest gebündelt an ein Rechenzentrum in Frankfurt am Main zur Weiterleitung an die Empfänger (Verlage oder deren » Auslieferungen) senden. Das geplante Rechenzentrum in Frankfurt am Main sollte außerdem die Funktion einer zentralen Datenbank für alle lieferbaren Titel haben (» Titel-Datenbank). Aus diesen Planungen heraus entstand das Verzeichnis lieferbarer Bücher (» VLB) und seine technischen Weiterentwicklungen (VLB auf Mikrofiche, VLB auf CD-ROM, dann auf DVD, VLB im Internet, VLB plus).
Mit der Öffnung der Terminalnetze der Barsortimente für die Weiterleitung von Bestellungen an Verlage bzw. deren Auslieferungen öffneten sich die Barsortimente Ende der 1970er Jahre und errichteten elektronische » Bestellanstalten. Wegen mangelnder Konkurrenz und vermeintlicher Abhängigkeit von den Bestellanstalten der beiden großen Zwischenbuchhändler gab es immer wieder Pläne, eine zentrale bzw. neutrale (genossenschaftliche) Bestellanstalt des » Buchhandels zu schaffen, die jedoch nach mehreren Anläufen scheiterten. An die Stelle einer Einheitslösung trat der Wettbewerb der Bestellanstalten nach dem Prinzip der offenen Kommunikation, d. h., dass jede Bestellanstalt die Bestellungen an alle vom Besteller definierten Empfänger weiterleitet. Aus den Ansätzen für eine zentrale bzw. neutrale Bestellanstalt übrig geblieben ist der » IBU (Informationsverbund Buchhandel, gehört seit Ende 2008 zur » MVB), der heute als Wettbewerber (ohne Ausschließlichkeitsanspruch) am Markt auftritt. » Comelivres in der Schweiz (seit 1984) und » KÖBU-Data in Österreich (seit 1987) waren Vorreiter des IBU.

Zentrale Dienste

Unter zentralen Diensten versteht man die Leistungen, die ein Zwischenbuchhändler für Buchkaufhäuser und Filialisten erbringt, die entweder ihren » zentralen Wareneingang und/oder ihr » Zentrallager in eigener Regie beim Zwischenbuchhändler betreiben und bei ihm Räume dafür anmieten oder diese Funktionen ihrem Zwischenbuchhändler als Dienstleister übergeben.

Zentraler Wareneingang

Zwischenbuchhändler bieten als Dienstleistung für Filialisten an, deren gesamten Wareneingang zu vereinnahmen, zu prüfen, auf die Filialen regalfertig (» Regalfertige Lieferung) aufzuteilen und über ihren » Bücherwagendienst am folgenden Werktag zu zustellen. Dieses Angebot gilt auch für Verbundgruppen, deren Mitglieder so in den Genuss besserer Konditionen gelangen können, wenn sie ihren Einkauf bündeln, ohne das Risiko eines » Zentrallagers einzugehen, das die Verbundgruppe auf eigene Kosten führen und gleichzeitig das Risiko der Überalterung und des Schwunds tragen müsste. Deshalb vergeben nicht nur Filialisten, sondern auch Verbundgruppen diese Aufgabe gerne an Zwischenbuchhändler.

Zentrallager

Viele Filialisten und die meisten » Verbundgruppen (im Buchhandel) haben erkannt, dass die Kosten eines eigenen Zentrallagers die Rabattvorteile übersteigen, die mit solch einem Zentrallager zu erzielen sind. Deshalb lassen sie ihr Zentrallager von einem Dienstleister verwalten, i. d. R. von dem Zwischenbuchhändler, der für sie auch den » Filialverkehr fährt und der als (erstes) » Barsortiment ihr wichtigster Lieferant für alle Titel ist, die nicht (mehr) direkt bei den Verlagen/Auslieferungen geordert werden (» Funktionsverschiebung).

Zentralregulierung

» Verbundgruppen übernehmen i. d. R. die Regulierung des Zahlungsverkehrs zwischen ihren Mitgliedern und deren Lieferanten, entweder in eigener Regie oder über einen Dienstleister. Die » LG Buch nutzt dafür die » BAG. Bei der Zentralregulierung geht es nicht nur um das » Zahlungs-Clearing, sondern auch um den gleichzeitigen Einzug der Gebühren/Vergütungen, die die Verbundgruppen bzw. ihre Mitglieder von den Lieferanten erhalten. Sie speisen den Topf für die Rückvergütungen an die Genossen (Mitglieder) und decken den Aufwand der Zentralregulierung, für die nur die Lieferanten und nicht (auch) die Kunden, d. h. die Mitglieder der Verbundgruppe, zahlen.
Übernimmt die Verbundgruppe oder der von ihr beauftragte Dienstleister auch das » Delcredere (Risiko des Forderungsausfalles), so haben die Lieferanten dafür eine erhöhte Gebühr zu bezahlen. Die Verbundgruppe bzw. der von ihr beauftragte Dienstleister sichert sich gegen den Forderungsausfall durch eine entsprechende Versicherung ab, die aus den erhöhten Gebühren finanziert wird.

Zertifikation/Zertifizierung

Große » Kunden verlangen nicht selten, dass ihre Lieferanten zertifiziert sind, d. h., dass ihre Qualität von dritter Stelle geprüft, für gut befunden und mit einem Zertifikat versehen worden ist. Einige Zwischenbuchhändler, insbesondere große Verlagsauslieferungen, haben sich deshalb dem Verfahren nach » ISO 9001:2008 gestellt.

Zusatzsortiment

» Neue Medien und » Non-Book

Zwischenbuchhandel

Zum Zwischenbuchhandel gehören Unternehmen, die Gegenstände des Buchhandels zwischen Herstellendem und Verbreitendem Buchhandel vermitteln und die einer der folgenden Gruppen angehören:
1. Buchgroßhandlungen;
2. Kommissionäre.
(§ 6 Abs. 4 der Satzung des Börsenvereins des Deutschen Buchhandels e. V.)

Impressum

Ihr Kontakt zum Ausschuss
für den Zwischenbuchhandel:

Börsenverein des Deutschen Buchhandels e. V.
Ausschuss für den Zwischenbuchhandel
Braubachstraße 16
60311 Frankfurt am Main

Sarah Harnecker
Telefon: +49 69 1306-312
E-Mail: harnecker@boev.de

Redaktion:
Thomas Bez

Gestaltung:
zündung GmbH Werbeagentur, www.zuendung.de

Druck:
AZ Druck und Datentechnik GmbH, www.az-druck.de

www.boersenverein.de

Börsenverein des
Deutschen Buchhandels
Ausschuss für den Zwischenbuchhandel