


Der Druck nimmt zu

Strategische Portfolio-Ergänzungen auf der einen Seite, fehlende Liquidität oder Nachfolger auf der anderen: Es gibt viele Gründe, warum sich das Konzentrationskarussell auch bei den Verlagen dreht.  STEFAN HAUCK

➔ Die Dynamik auf der Verlagsseite ist auffällig, aber die Stimmung nicht hysterisch: So beschreiben Branchenkenner den aktuellen Konzentrationsprozess bei den Verlagen. Dabei muss man unterscheiden zwischen strategischen Akquisitionen und Deals, die auf Verkäuferseite eher aus der Not heraus geboren werden. Bei Ersteren geht es darum, **Portfolios abzurunden**: Wenn eine Verlagsgruppe Lücken hat, etwa im Geschenkbuch oder bei Ratgebern, kauft sie hinzu, um ein Gegengewicht zu entsprechenden Segmenten anderer Gruppen herstellen zu können. So passte beispielsweise für Holtzbrinck als Gegengewicht zu Bonniers Geschenkbuchverlagen der Zukauf von Groh als Ergänzung für Droemer Knaur gut. Auch De Gruyter hat sich im Kunst- und Architekturbereich durch Zukäufe von Verlagen positioniert. Dabei fällt so gut wie jedem, mit dem man über das Thema spricht, auf, dass Fachverlage derzeit viel radikalere Veränderungsprozesse erleben als die Publikumsverlage, die längst nicht mehr so große Umsätze machen.

Was ebenfalls auffällt: Gern führen die Käufer die übernommenen Verlage als **Imprint** weiter. Denn letztlich kann man einen Verlagsnamen nur begrenzt ausbauen – irgendwann braucht es ein neues Label. Zugleich **bereinigen Verlage ihr Portfolio**, besinnen sich auf den Programmkern. So hat Carlsen im April die Serie Ritter Rost, 2012 von Terzio über-

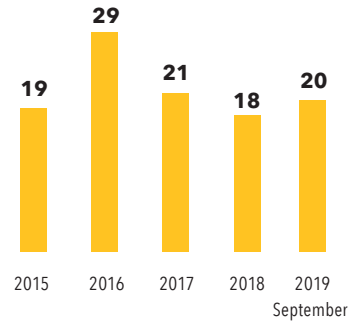
nommen, an Ueberreuter weiterverkauft: Dort ist das Musikbilderbuch kein Solitär wie bei Carlsen.

Hinter manchen (Ver-)Käufen steckt auch das Ziel, die **Unabhängigkeit gegenüber Konzernverlagen zu wahren**. Der Verlag Vandenhoeck & Ruprecht etwa, der bereits mehrere Universitätsverlage übernommen hat, um an Programmgewicht zuzulegen, kaufte 2017 Böhlau – dessen Seniorverleger wollte sich zurückziehen, der Juniorverleger hatte andere berufliche Ambitionen.

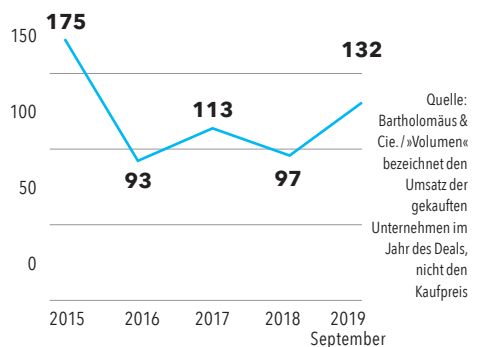
Es brennt Bei den Verkäufern ist das **Nachfolge-Thema** oft die Triebfeder. Christel Werner und Titus Häussermann haben im Sommer 2017 ihre Anteile am Silberburg Verlag an GeraNova Bruckmann in München verkauft – sie hatten keine Kinder, im Verlag wollte auch niemand übernehmen. GeraNova Bruckmann hat mit dem Kauf des größten inhabergeführten Regionalverlags in Deutschland (70 Novitäten, 16 Mitarbeiter) den baden-württembergischen Raum abgedeckt. Acht Jahre zuvor stand Silberburg auf der Käuferseite. Der Verlag erwarb damals Fleischhauer & Spohn von Umbreit-Chef Thomas Bez – auch er gab den Verlag ab, um sich auf seine Kernkompetenz zu konzentrieren: den Zwischenbuchhandel.

Doch es gibt auch **Notverkäufe**, befeuert durch die Nachzahlungen an die VG Wort und fünf- bis sechsstellige Verluste

DEUTSCHE BUCHVERLAGE: DEALS



DEAL-VOLUMEN IN MILLIONEN €



durch die KNV-Insolvenz. »Der wirtschaftliche Druck nimmt zu, es brennt bei einigen Verlagen lichterloh«, beschreibt Björn Bedey, Sprecher der IG Unabhängige Verlage im Börsenverein, die Situation. »Die Lage ist im Herbst noch ernster geworden«, bilanzierte kurz vor Buchmesse-Beginn auch die Kurt Wolff Stiftung. Schon in den vergangenen Jahren habe man zusehen müssen, wie renommierte Verlage in die Insolvenz gerutscht seien oder ihr Geschäft aufgegeben hätten. »Bei den »Hobbyverlagen« mit zehn Titeln im Jahr müssen sich die Verleger überlegen, ob sie weiter zuschießen wollen – aber die Verleger, die von ihren Titeln leben, können schlechtere Umsätze nicht kompensieren«, sagt Bedey. Dann liegen Verkäufe nahe, um einer Insolvenz zuvorzukommen.

Nicht immer gelingt es, das Unternehmen als Ganzes zu verkaufen. Der Bayerische Bauernverband etwa konnte vom BLV Buchverlag **nur die Marke** an die Ganske-Tochter Gräfe und Unzer verkaufen, die damit in neuen Ratgeberfeldern Präsenz zeigte: strategische Portfolioerweiterung.

Die Treiber Axel Bartholomäus, dessen Unternehmensberatung Bartholomäus & Cie. Verlagsverkäufe begleitet,

sieht drei Treiber für die aktuelle Verlagskonzentration:

- die Zwänge, in digitale Abläufe zu investieren – mit der Ungewissheit, ob es sich in den nächsten drei Jahren auszahlt. »Für einen kleinen Verlag sind die Investitionsmöglichkeiten begrenzt«, sagt der Berater.
- den Kampf um Regalmeter im Handel und um die Sichtbarkeit der Titel; »hier sehen sich viele von den Konzernverlagen bedrängt«
- die Konzentration im Handel; »sie treibt die Kleinen in die Enge«.

Die Buchhandlungsketten haben großes Interesse daran, mit wenigen Titeln hohe Umsätze zu erzielen, auch, um die Logistikkosten gering zu halten und die Marketingkosten gezielt zu verteilen. Das kann dann zu einem konzentrierteren Einkauf bei jedem Verlagsprogramm und geringerer Breite führen.

Zersplitterter Markt Insgesamt werden im deutschen Markt nicht viele Buchverlage verkauft, wie Axel Bartholomäus beobachtet. Viele Investoren wollten sich gar nicht erst dem Buchgeschäft widmen. »Die großen Verlage suchen renommierte Imprints und relevante Marken mit einem ordentlichen Volumen – ein Verlag mit 500 000 Euro Jahresumsatz interessiert sie nicht.« Irgendwann seien aber auch die halbwegs interessanten Programme verkauft. Hier hängt viel an der **Person des Verlegers**: »Er hat die Kontakte zu Autoren etc., ihn sollte der Käufer unbedingt mitnehmen«, sagt Björn Bedey (was in den meisten Fällen auch geschieht). Bedey verhandelt aktuell mit zwei kleineren Verlagen und will in der Belletristik weiterwachsen. 13 Imprints hat er unter seinem Dach Bedey Media inzwischen versammelt: »**Viele Kleine zusammen sind stärker**, wir können uns eine ganz andere Grafik leisten, es gibt bei Lektorat, Herstellung, Vertrieb, Buchhaltung Synergieeffekte.«

Eine wirklich kritische Monopolbildung sieht Axel Bartholomäus bei den deutschen Verlagen nicht: »Der Markt ist extrem zersplittert.« Ohne Buch-

preisbindung würde sich das jedoch sofort ändern: »Dann würde sich die Konzentration in riesigen Schritten beschleunigen.« Schon 1964 schrieb Verleger Klaus Wagenbach in der »Zeit«: »Berechtigt bleibt die Furcht vor dem (unbestreitbaren und im Verhältnis zu kleineren Unternehmen auch stärkeren) Wachstum der ›großen‹ Verlage.« Daran hat sich bis heute nichts geändert. **nb**

ZUKÄUFE SEIT 2017 (AUSWAHL)

- **Random House**: Anaconda (1/2019, ab 2020 Heyne-Einheit, Verleger Hansjörg Kohl bleibt), DAV (1/2018, Verleger Amadeus Gerlach bleibt)
- **Bonnier Media**: MVG mit Riva, Finanzbuch, Redline und Lago (7/2017, Gf bleiben)
- **Droemer Knaur**: Groh (1/2018, Joachim Groh blieb bis Ende 2018 an Bord)
- **MairDumont**: Kunth als Imprint (11/2017) Wolfgang und Calina Kunth bleiben)
- **Neumann-Wolff-Gruppe**: DuMont Kalenderverlag (2017, Anette Philippen bleibt)
- **Athesia**: KV + H mit Weingarten, Harenberg, Heye (12/2017, Jürgen Horbach bleibt), Eiland
- **Thieme**: Schattauer (1/2017, aufgeteilt und in bestehende Marken integriert)
- **De Gruyter**: Deutscher Kunstbuchverlag (1/2018, als Imprint), düsseldorf university press (1/2018, als Imprint), Jovis Architektur (1/2019, zu Birkhäuser), Klaus Schwarz Verlag (4/2019)
- **Vandenhoeck & Ruprecht**: Böhlau (1/2017)
- **Aufbau**: Ch. Links (12/2018, Christoph Links bleibt bis 2020)
- **MG Medien Verlags GmbH**: Nagel & Kimche (11/2017, von Hanser)
- **Gräfe und Unzer**: Marke BLV (11/2018)
- **GeraNova Bruckmann**: (1/2019, Vision Net), Christophorus (9/2018), Silberburg (1/2017)
- **Bedey Media**: Dryas (1/2019, als Imprint), Edition Krimi (4/2019, als Imprint), Charles Verlag (5/2019, als Imprint)
- **Wallstein**: Konstanz University Press (12/2017, als Imprint)
- **Nomos**: Tectum (1/2017), Ergon (7/2017), Academia (1/2018)