

# Lotsendienste für den Staat

Über die Rolle der rechts- und staatswissenschaftlichen Verlage – Anmerkungen zur juristischen Fachinformation in Deutschland

## Vorwort

Soviel vorweg: Der Verfasser<sup>1</sup> dieser Zeilen ist kein Jurist. Er ist seit vielen Jahren Fachjournalist im Buchhandel. Er hat also bereits einige Zeit mit den Verlegern und den Mitarbeitern der sich hier vorstellenden rechts- und staatswissenschaftlichen Verlage verbracht. Nun muß das keine Strafe sein.... es bringt allerdings ein nicht unerhebliches Problem mit sich: Längst ist die journalistische Distanz abhanden gekommen; aus nüchterner Betrachtung wurde oft Wertschätzung, aus Distanz Nähe. Etwas mehr professionelle Distanz tut aber gerade jetzt not. Sonst droht Langeweile, Hofberichterstattung. Wir werden also gelegentlich wieder mal die „Zähne“ zeigen müssen. Übrigens, durchaus mit ruhigem Gewissen: Zensur findet ja bekanntlich nicht statt...

Was noch fehlt? Richtig, ein Ariadnefaden, der uns immer dann hilft, wenn wir uns zu verirren drohen. Die Materie ist komplex, die Gemengelage mitunter verworren, das Labyrinth groß. Ein Zitat aus einer früheren ARSV-Broschüre kommt da gerade recht. Es wird uns leiten:

*„Rechts- und staatswissenschaftliche Verlage – das sind Wirtschaftsunternehmen, die das, was rechts- und staatswissenschaftlich ausgebildete Autoren veröffentlichen wollen, in eine verkäufliche Ware umsetzen und über den Buchhandel dem Käufer und Leser in Rechtswissenschaft und -praxis vermitteln.“<sup>2</sup>*

## I. Zahlen und Fakten – Über die wirtschaftliche Leistungskraft der rechts- und staatswissenschaftlichen Verlage

*„Rechts- und staatswissenschaftliche Verlage – das sind Wirtschaftsunternehmen....“ 1. Teil*

Als Branchenjournalist staunt man immer wieder, wie wenig Leser über die wirtschaftliche Situation der Fachverlage und über den „Wirtschaftsfaktor“ Fachinformation wissen. Der Markt für professionelle Fachinformation beläuft sich nach umfangreichen Untersuchungen<sup>3</sup> weltweit auf rund 190 Milliarden DM. Wobei „Fachinformation“ für folgende Segmente steht: „Business-to-Business“-Informationen, also Medien für gewerbliche Nutzer; „Science/Technology/Medicine“; „Financial Services“, also Finanzmarktdaten etc., „Recht und Steuern“, „Messegeschäft“. Die USA sind mit rund 78 Milliarden DM Umsatz der größte Markt, es folgt Europa mit rund 55 Milliarden DM. Schaut man sich näher in Europa um, dann steht hier Deutschland mit rund 13 Milliarden DM Umsatz an der Spitze, gefolgt von Frankreich, wo 9 Milliarden DM Umsatz mit „Fachinformation“ getätigt werden.

Untersucht wurde auch das Marktsegment „Recht und Steuern“. Und auch hier ergaben sich ein paar interessante Zahlen. Weltweit wird mit „Recht und Steuern“ ca. 18 Milliarden DM umgesetzt, allerdings nur mit professioneller juristischer Information (will sagen: ohne studentische Literatur oder sonstige Nebenmärkte). Der Umsatz mit rein professioneller Fachinformation „Recht und Steuern“ betrug in Deutschland rund 900 Millionen DM.

1 Klaus D. Urban (klaurban@aol.com) ist Fachjournalist und lebt und arbeitet in Düsseldorf

2 Vgl. ARSV Broschüre, 6. Auflage, 1990

3 Bertelsmann Fachinformation, Vortrag Prof. Jürgen Richter auf dem Kongreß der Deutschen Fachpresse in Wiesbaden, Mai 1999

Eine weitere wichtige Quelle für ordentliches Zahlenmaterial zur wirtschaftlichen Leistungskraft der ARSV-Verlage ist die alljährliche „Ranking-Liste“ der 100 größten deutschen Verlage, die das Dortmunder Branchenmagazin „Buchreport“<sup>4</sup> alljährlich veröffentlicht. Zwar werden gelegentlich die hier veröffentlichten, mitunter nur geschätzten Zahlen branchenintern kräftig diskutiert. Auch ist unbedingt vorzuschicken, dass bei einigen genannten ARSV-Verlagen auch die Zahlen anderer Verlagssegmente einfließen, es sich also nicht immer um reine „Recht und Steuern“-Umsätze handelt. „Buchreport“-Chefredakteur Uwe Schmidt ist dennoch zuzustimmen, wenn er sagt, dass „die Liste in ihrer Gesamtheit Auskunft über die Leistungsfähigkeit der Buchbranche gibt. In der Tabelle sind die ARSV-Verlage vorgestellt, wie sie im letzten „Buchreport“-Ranking gelistet wurden.

Tabelle „ARSV-Verlage“ im Buchreport-Ranking

Platz	Verlag	Umsatz 1998
8	C.H. Beck	210,0 Mio. DM*
10	Haufe	200,8 Mio. DM
24	Hüthig	114,4 Mio. DM
27	Kohlhammer	105,0 Mio. DM
30	Luchterhand	95,0 Mio. DM
48	Neue Wirtschaftsbriefe	61,6 Mio. DM
51	Heymann	60,0 Mio. DM*
53	Stollfuß	58,0 Mio. DM*
54	De Gruyter	57,3 Mio. DM
55	Otto Schmidt	56,5 Mio. DM
60	Erich Schmidt	50,5 Mio. DM
64	Boorberg	46,6 Mio. DM
90	Bauverlag	26,0 Mio. DM

Quelle: Buchreport, 1999 (\*Umsätze geschätzt)

Uneingeschränkt freuen dürfte die rechts- und staatswissenschaftlichen Verleger auch, was „Buchreport“ wie folgt umschreibt: „Die im Segment Recht/Wirtschaft/Steuern publizierenden Verlage, die 1996 mit plus 2,5% einen Durchhänger hatten und 1997 mit einem Wachstum um 7,7% zu alter Stärke zurückgekehrt waren, haben sich 1998 zur Lokomotive der ganzen Fachinformation entwickelt. Sie bringen eine Steigerung von sage und schreibe 9,1% auf die Waage“.

Note am Rande: Es gibt Verleger, die diese Sonderkonjunktur allerdings auf die (und nur auf die) vorzügliche Performance ihrer Häuser zurückführen.

Noch ein Wort zum Gesamtmarkt und zum generellen Titelausstoß: 1998 wuchs das Volumen des gesamten deutschen Buchmarktes um 1,6% auf 17,8 Milliarden DM (zu Ladenpreisen), die Zahl neuer Bücher stagnierte bei 78042 Titeln. Im Bereich „Recht“ wurden 1998 3229 Erstauflagen veröffentlicht; im Bereich „Wirtschaft“ 3420, und im Bereich „Öffentliche Verwaltung“ 166 Titel. Dazu kamen im „Taschenbuch“ 81 Erstauflagen im Bereich „Recht“, 119 bei der „Wirtschaft“. Alles in allem hat sich der Titelausstoß zum Vorjahr 1997 kaum verändert.<sup>5</sup> Insgesamt betrachtet haben bei der Fachinformation auch 1998 wieder Bücher und Loseblattwerke gegenüber den Zeitschriften mehr Umsatzdynamik besessen.

Viele mittelständische Fachverleger reden nicht über ihre Renditen. Große Unternehmen sind naturgemäß weniger zurückhaltend: So „fuhr“ etwa die Bertelsmann Fachinformation

4 Vgl. Schmidt, U., Buchreport Nr. 14/99; S. 38ff.

5 Vgl. Buch und Buchhandel in Zahlen, Ausgabe 1999, Hrsg.: Börsenverein des Deutschen Buchhandels e. V., Frankfurt 1999

vor der Übernahme des wissenschaftlichen Springer Verlags stets eine weitaus höhere Gesamtkapitalrendite als die bei Bertelsmann sonst übliche geforderte Gesamtkapitalrendite von 15% ein. Die international agierenden, börsennotierten Fachinformationsgiganten (Reed Elsevier, Wolters Kluwer) erzielen Renditen von mehr als 20%. Dabei gibt es übrigens durchaus einen Zusammenhang zwischen Größe und Profitabilität. Je größer die Unternehmen sind, desto profitabler sind sie auch. Herausgefunden hat man<sup>6</sup> allerdings auch, dass es die kleinen Nischenanbieter sind, die neben den Giganten immer noch die größten Renditen erzielen.

## II. Verlag und Autor – kurze Anmerkung zu beider Funktion und Selbstverständnis

„... *die das, was rechts- und staatswissenschaftlich ausgebildete **Autoren** veröffentlichen wollen...*“

„Der Stoff des Rechts ist immer größer und komplexer geworden. Mit der Technologie haben sich neue Rechtsgebiete entwickelt. Der Bürger ist heute informierter und selbstbewußter; er will sein Recht auch durchsetzen. (...) Die Zahl der Bücher und Zeitschriften ist stark gewachsen; es werden mehr Themen aufgegriffen, die jetzt einen Markt finden, und außerdem differenzieren sich unter der Bemühung, jeder Zielgruppe das Gewünschte auf den Leib zu schneiden, die Darstellungsformen (...) Früher bestand eine Kluft zwischen Wissenschaft und Praxis. (...) Diese Polarisierung baut sich heute ab (...).“<sup>7</sup>

Was leisten die rechts- und staatswissenschaftlichen Verlage für Autoren und Leser? Wie ist es um ihr Selbstverständnis bestellt? Warum sollen Autoren publizieren? Wer soll publizieren? Fragen, auf die nun einige Antworten versucht werden sollen.

### Die Verlage

Recht prägt unseren Alltag. Recht muß öffentlich gemacht werden. Und: Recht wird im Diskurs geschaffen – deshalb sitzen mehrere Richter zu Gericht, deshalb werden Verbände in die Rechtsfindung einbezogen. Recht funktioniert aber nicht ohne privat getragene Öffentlichkeit. Die rechts- und staatswissenschaftlichen Verlage schaffen Öffentlichkeit. Ja, sie ermuntern zur Öffentlichkeit, sie garantieren überhaupt erst Öffentlichkeit. Sie sind, so ein Bonmot unter den Verlegern, der „Humus“, auf dem das „Recht“ gedeiht. So weit, so gut. Die (immer noch lobbylosen) rechts- und staatswissenschaftlichen Verlage spielen daneben aber eine viel größere Rolle in unserer Gesellschaft, als es der breiten Öffentlichkeit bewußt ist. Sie dokumentieren nämlich das Recht - mit Sorgfalt. Und sie garantieren durch ihre Vielzahl die Dokumentationsdichte und die Vielfalt des Dokumentierten. Dabei haben die Verlage überhaupt erst das System zur Auffindbarkeit der dokumentierten Inhalte geschaffen. Komplexität kann somit gehandhabt werden, Wissensbestand gerät nicht in kaum zu bewältigende Unordnung. Wissensorganisation wird geleistet, einem gemeinsamen Diskursverständnis der Nährboden bereitet. Hierzu-

<sup>6</sup> Bertelsmann Fachinformation, Vortrag Prof. Jürgen Richter auf dem Kongreß der Deutschen Fachpresse in Wiesbaden, Mai 1999

<sup>7</sup> Vgl. Beck, H.D., Juristen im Portrait: Festschrift zum 225jährigen Jubiläum des Verlages C.H.Beck, München 1988, S. 66 ff.

lande weiß eben jeder, was gemeint ist, wenn das Kürzel „BVerfG“ (Bundesverfassungsgericht) oder das Kürzel „StGB“ (Strafgesetzbuch) fällt. Das aber ist ein Verdienst der rechts- und staatswissenschaftlichen Verlage. Sie haben also gleichsam die „Architektur des Rechts“ erstellt. Und sie konservieren das Gebäude. Indem sie Inhalte nicht einfach entsorgen, wenn sie veraltet oder nicht mehr aktuell sind. Ob das auch bei allen neuen „Inhalteanbietern“ - etwa im Internet - so gehandhabt wird?

Verlage sichten und bewerten Autoren-Material, kritiklose Veröffentlichung findet nicht statt. „Peer-Reviewing“ ist der Fach-Terminus dafür: Experten sichten und gewichten das Gedankengut anderer Experten, erst dann erfolgt die Veröffentlichung, erst dann findet Austausch, Diskurs statt. „Verlage selektieren die Informationen nach Veröffentlichungswürdigkeit, Redundanzen und Qualität.“<sup>8</sup> Es geht um Nachfrage, die bewertet und abgeschätzt werden muß; um die Entscheidung, ob eine Veröffentlichung überhaupt wirtschaftlich sinnvoll ist. „Schließlich sorgen Verlage dafür, daß das geistige Eigentum gewährt wird und eine angemessene Entschädigung für deren Nutzung bezahlt wird“<sup>9</sup> Formalistische Fragen der Wissensbereitstellung allein genügen den Verlagen nicht. Es geht eben nicht nur um Ansetzungs- oder Sortierfragen.

### Die Autoren

Warum aber nun publizieren? Und wer soll

publizieren? Auch dazu einige kurze Anmerkungen:

**Arbeit am Begriff:** „Das Medium des Juristen ist die Sprache. Er kann sie virtuos gebrauchen und virtuos mißbrauchen“, so Prof. Dr. Hans-Jürgen Rabe, Rechtsanwalt und ehemals Präsident des Deutschen Juristentages<sup>10</sup>. Die „Juristerei“ ist eine Wissenschaft, die mit Sprache arbeitet, die auf Sprache und auf Sprachauslegung ausgelegt ist. Das „Recht“ ist immer auch Arbeit am Begriff. Auch Schreiben ist Arbeit am Begriff, somit verbessert das Schreiben die berufliche Arbeit derer, die sich um die Auslegung des „Rechts“ kümmern. Qualitätsnachweise werden erbracht. Vieles geht Autoren im beruflichen Alltag schneller von der Hand, das Schreiben diszipliniert, hilft die eigenen Gedanken zu strukturieren. Das gilt für den Wissenschaftler, das gilt insbesondere für den Freiberufler oder den Beamten, den Rechtsanwalt oder den Richter, den Steuerberater oder den Verwaltungsbeamten. Sie alle, die sich oft die Zeit zum Schreiben „aus den Rippen schneiden“ müssen, werden für ihre Mühen belohnt. Das Schreiben verbessert das eigene Arbeitsvermögen.

**Profilierung:** „Recht“ entsteht, wie bereits erwähnt, im Diskurs. Recht muß also verständlich gemacht werden. Wird über „Recht“ geschrieben, müssen logischerweise alle involviert sein, die täglich damit zu tun haben. Das sollen und müssen die Richter und die Beamten sein, die Praktiker und die Freibe-

---

<sup>8</sup> Vgl. Schwarz, V., Information als Wert, Information als Ware. Zum Selbstverständnis der medienarchive in sparsamen Zeiten“, Nomos Verlagsgesellschaft, Baden-Baden, 1995

<sup>9</sup> Ebd., a.a.O.

<sup>10</sup> Vgl. Rabe, H.-J., Vorwort zu „Juristen im Spiegel ihrer Stärken und Schwächen“, Verlag Dr. Otto Schmidt, Köln, 1998

rufner. „Die Rechtsanwender sind angewiesen auf die Kreativität einiger ihrer Mitjuristen und Berufskollegen, auf ihre Bereitschaft, Geld und Zeit für die nebenberufliche Fachschriftstellerei einzusetzen“, sagte einmal Altverleger Dr. Hans-Martin Schmidt vom Verlag Dr. Otto Schmidt in Köln. Wenn aber durch das Schreiben Qualitätsnachweise erbracht werden, dann positionieren sich die Autoren somit auch in ihren jeweiligen Umfeldern, neudeutsch: „communities“. Sie werben für sich, sie bringen sich ein in fachliche Diskussionen. Der Beitrag der Autoren ist also „notwendig“, auch wenn er immer wieder, wie bereits erwähnt, der knappen Freizeit abgerungen werden muß. Nicht zu vergessen ist auch, dass aus vielen Autoren gute Referenten geworden sind, die auf Fachtagungen oder Kongressen zum Einsatz kommen.

**Autoren durch Gesetzgebung nicht behindern:** Verleger befürchten, dass durch eine „isolierende Betrachtungsweise“ des sogenannten „Gesetzes zur Bekämpfung der Scheinselbständigkeit“ vielen Autoren die Arbeit erschwert oder gar unmöglich gemacht wird.<sup>11</sup> Erste konkrete Handlungsanleitungen (Befreiungsmöglichkeiten etc.) wurden denn auch durch den Verlegerausschuss im Börsenverein des Deutschen Buchhandels erarbeitet. Autoren oder potentielle Autoren sollten dort oder aber in ihren Verlagen Rat suchen. Diese komplexe Problematik kann hier jedenfalls nicht umfassend behandelt werden. Erinnerung sei aber daran, dass Autoren Arbeitsplätze schaffen, in den Verlagen, in den Buchhandlungen. Noch einmal Dr. Hans-Martin Schmidt: „Wir alle sollten deshalb ein Interesse daran haben, eine Atmosphäre in unserer Gesell-

schaft zu erhalten bzw. zu schaffen, in der die Kreativität des praktizierenden und schreibenden Juristen wachsen kann.

### III. Information als „Ware“ – oder: Der schwierige Weg in die neue Informationsgesellschaft

„...in eine verkäufliche Ware umsetzen....“

#### Ethos statt „Hype“

Informationen sind nicht mehr an das uralte Medium Papier gebunden. Die Digitalisierung von Inhalten aller Art (Bild, Text, Ton) hat einen Quantensprung bewirkt - in der Informationsaufbereitung (Produkte) und in der Informationsverbreitung (online/offline). Das bringt viele neue Probleme mit sich – nicht nur für Verleger. Der Begriff „Ware“ hat sich fundamental erweitert. Die „Neuen Medien“ bestimmen mehr und mehr die Zukunft der Fachinformation, auch wenn sie die klassischen Printprodukte nicht ersetzen werden.

Digitale Daten kennen keine Landesgrenzen, sie kennen keine nationalen Gesetze. Nun ist hier nicht der Ort, um breit über die verlegerischen Probleme nachzudenken, die sich aus der Digitalisierung von Inhalten ergeben. Diese Probleme sind aber vielfältig und immer noch ungelöst. Das verdeutlicht allein der fehlende Urheberrechtsschutz in den neuen Datennetzen.

Weiterhin soll hier nicht über die gesellschaftlichen Implikationen der aufkommenden, mitunter allzu vorschnell als „wissensbasiert“ apostrophierten Informationsgesellschaft philosophiert werden. Ein Hinweis muß genügen: Ist Information wirklich Wissen?

Verleger aber müssen darüber nachdenken. Der Beruf des Verlegers hat nicht nur eine ökonomische, sondern auch eine kulturpolitische Seite. Die rechts- und staatswissenschaftlichen Verleger haben sich deshalb auch darüber Gedanken gemacht, wie sie dem mitunter kaum noch reflektierten „Hype“ um die neuen Medien begegnen wollen. Bertram Gallus, der Geschäftsführende Gesellschafter des Carl Heymanns Verlages und Vorsitzende des Verbandes der Verlage und Buchhandlungen in Nordrhein-Westfalen, sagte einmal:

„Die rasante technologische Entwicklung, die die Information, die Kommunikation und der Wissenstransfer in den letzten Jahren genommen hat – wobei die Zukunft der Medienlandschaft zwar viel diskutiert, aber noch wenig konkretisiert wird -, berührt entscheidend die Arbeit von Verlegern und Buchhändlern. Berechtigt kann man von uns erwarten, daß wir die Aufbereitung und Verfügbarkeit von Inhalten sowohl in den bewährten Printformen Buch und Zeitschrift, wie auch in den elektronischen Formen bis hin zu den Onlinediensten kompetent und auf hohem Niveau uns zur Aufgabe machen. Dabei geht es weder um übertriebene Überbetonung der Neuen Medien noch kann es darum gehen, uns als Gralhüter des Buches zu verstehen.“<sup>12</sup>

### **Neue Medien, neue Ökonomie, neue Anbieter**

Immer mehr Juristen, Steuerberater und Wirtschaftsprüfer haben ihren PC als Wissensmanager akzeptiert und in ihren beruflichen Alltag integriert. Die Zahlen verdeutlichen

dies: 1996 waren erst 43% aller Anwaltspraxen Nutzer elektronischer Produkte; 1998 waren es bereits rund 80%. Schon heute verfügen über 30% der Anwälte in Deutschland über einen PC mit Netzzugang<sup>13</sup>. Bereits 70% aller PCs in den bundesdeutschen Anwaltspraxen sind mit einem CD-ROM-Laufwerk ausgestattet. 48% aller Anwälte, so war auf dem letzten Deutschen Anwaltstag in Bonn zu hören, wollen in PCs investieren, 42% gar in EDV. 60% aller Anwälte recherchieren bereits mit Hilfe von CD-ROMs; 25% aller Anwälte sagen außerdem schon heute, daß CD-ROMs für sie zu den wichtigsten Recherche-Tools zählen. Experten wie der Haufe-Geschäftsführer Uwe Renald Müller erwarten, dass der Anteil der elektronischen Medien am Verlagsgesamtumsatz in einigen Jahren 50% betragen wird. Heute liegt er bei ca. 10%.

### **Was bedeutet das für die rechts- und staatswissenschaftlichen Verlage?**

**Neue Angebotspolitik.** Es wird künftig mehr und mehr auf die richtige Aufbereitung der Inhalte (Print? Diskette? CD-ROM? Online-Datenbank?), also den richtigen Medienmix und die richtige Beherrschung der einzelnen Elemente ankommen. Dabei hat sich als unternehmerisches Leitmotiv herauskristallisiert, was Uwe Hoch, Geschäftsführer der Verlagsgruppe Handelsblatt und dort zuständig für den Bereich Fachinformation, wie folgt verdeutlicht<sup>14</sup>: „Alles, was im Kernpunkt „Lesen“ ist, wird Print bleiben; alles, was „Nachschlagen“ ist, wird elektronisch werden“.

---

12 Anlässlich seiner „Begrüßung“ zu den 50. Verbandstagen der Verlage und Buchhandlungen in Nordrhein-Westfalen

13 Vgl. Welb, G., Buchreport 5/98, S. 110 ff.

14 Vgl. Hoch, U., Überlebensstrategie für Fachverlage? Die strategische Bedeutung des Electronic Publishing; in Jahrbuch Deutsche Fachpresse 1997, S. 183 ff.

**Verlagsinterne Anstrengungen.** Die Verlage waren jahrhundertlang auf das Medium Papier ausgerichtet; die internen Arbeitsabläufe sind dementsprechend „Papier-fixiert“ - vom Lektorat bis zur Herstellung und zur Auslieferung. Die Digitalisierung der Inhalte verlangt völlig neue Abläufe. Nur eine „medienneutrale Datenvorhaltung“ erlaubt, dass vorhandene Inhalte so aufbereitet werden können – also als Printobjekt oder als elektronisches Produkt -, wie der Kunde es wünscht. Das kostet viel Geld. Technologische Systeme wurden oder müssen vorfinanziert werden, kompetente neue Mitarbeiter gefunden und bezahlt sein. Noch sind nicht alle Strukturen in allen Verlagen an die Anforderungen der neuen Zeit angepaßt. Die Crux? Noch einmal Uwe Hoch: „Das Stehvermögen bis zum Return on investment wird zunehmend zum Wettbewerbsvorteil“.

Als besonders kostenintensiv erweisen sich dabei die neuen Internet- oder Intranetangebote, in denen erst die Möglichkeiten der Individualisierung und des „persönlichen“ Zuschnitts der elektronischen Informationsangebote vollends zum Tragen kommen. Immer mehr (Groß-)Kunden wie große Unternehmen, Wirtschaftsprüfungsgesellschaften oder Anwaltskanzleien, aber auch Verwaltungen oder Behörden wollen zugeschnittene, auf die eigenen Bedürfnisse abgestimmte und aufbereitete Informationen, die sie dann bedarfs- und situationsgerecht in ihre unternehmenseigene Netzwerke einspielen. Es entstehen neue Expertensysteme, in denen der einzelne Nutzer vom Schreibtisch aus via PC auf die Informationen zugreifen können, die er benötigt.

**Scharfer Wettbewerb.** Die rechts- und staatswissenschaftlichen Verlage werden sich künftig mehr als bisher der Wettbewerber

erwehren müssen, die sich auf das Informationssegment „Aufbereitung umfangreicher Datenbestände“ konzentrieren und dabei auch die Finanzkraft haben, um solche Serviceleistungen weiter auszubauen. Das können einerseits die großen internationalen Datenbankbetreiber sein, auch wenn deren Auftritte in Deutschland bislang eher bescheiden blieben. Das können nationale Anbieter wie die Datev sein. Die Datev, Nürnberg, ist die Datenverarbeitungsorganisation der Steuerberater und bietet als Genossenschaft ihren ca. 35.000 Mitgliedern Dienste im Bereich der Datenverarbeitung und der beruflichen Information. Und das könnte ein Anbieter wie die Saarbrücker Juris GmbH mit ihren umfangreichen Rechtsprechungsdatenbanken sein. Juris arbeitet derzeit daran, auch via Internet zugänglich(er) zu werden. Im nächsten Jahr soll das der Fall sein. Stets hat das Bundesunternehmen Juris, das aller Voraussicht nach weiter privatisiert werden soll, betont, dass man weiterführende Inhalte der rechts- und staatswissenschaftlichen Verlage in die eigenen umfangreichen Datenbestände integrieren möchte. Die Verleger der rechts- und staatswissenschaftlichen Verlage bemängeln hingegen schon lange, dass die aufbereitete bundesdeutsche Rechtsprechung nur Juris und seinen Datenbanken zur Verfügung gestellt würde, nicht aber den Verlagen. Die Voraussetzungen für fairen Wettbewerb seien somit nicht gegeben. Das Unternehmen Juris stellte sich keinem echten Wettbewerb.

**Allianzen.** Vielleicht erklärt sich vor diesem – noch einmal: kostenintensiven - Neupositionierungen auch, warum die ARSV-Verlage C.H. Beck, Dr. Otto Schmidt und Carl Heymanns derart bedächtig und sorgfältig überlegend ihr eigenes juristisches Online-Projekt Legalis aufgebaut haben. An Legalis

halten übrigens der Verlag C.H. Beck über 50%, die beiden anderen Verlage jeweils etwas unter 25%. Auf dem letzten Deutschen Anwaltstag wurde in Bonn verkündet, daß „Legalis“ mit rund 100.000 elektronisch aufbereiteten Dokumenten zum 1.1.2000 im Herbst (endlich) an den Start gehen wird. Die Gemengelage aber war kompliziert, vieles wollte sorgfältig abgewogen sein. Mut gemacht hat den Legalis-Betreibern sicherlich der Blick nach Österreich. Hier funktioniert das bislang einzige, privatwirtschaftlich organisierte und von Verlagen aufgebaute Datenbanksystem. Über 800.000 Rechtsdokumente hat die österreichische Rechtsdatenbank RDB seit 1986 erfolgreich ins Netz gestellt, mehr als 14 Entscheidungssammlungen kamen hinzu. Heute nutzen schon über 10.000 RDB-Anwender dieses beeindruckende Angebot. Ein besseres Benchmark gibt es derzeit nicht. Abzuwarten bleibt daher, ob es den Legalis-Gründern gelingen wird, ihre Plattform im Netz als umfassendes juristisches „Portal“ zu platzieren. Dass dieses Portal später auch anderen ARSV-Verlagen offen stehen soll, wurde seitens der Gründer immer wieder betont. Billig wird der Einstieg allerdings nicht werden. Ein Interesse dürften dennoch alle Beteiligten an einem zügigen Ausbau haben: Der Trend im Internet und bei Datenbanklösungen geht nämlich eindeutig zu sogenannten „one-stop“-Lösungen. Das heißt: Der Recherchierende will unter einer Suchoberfläche alle relevanten Inhalte finden; zeitraubendes und kostenintensives Suchen ([www.findenix.com](http://www.findenix.com)) ist out.

**Nischenstrategien.** Viele rechts- und staatswissenschaftliche Verlage werden weiterhin auf die CD-ROM als ihr wichtigstes Archivierungstool für die eigenen Datenbestände setzen. Dies belegen auch die Zahlen. Es ist gerade mal 10 Jahre her, dass der Verlag C.H. Beck auf dem Deutschen Anwaltstag mit der NJW-LSK Leitsatzkartei des Deutschen Rechts die erste juristische CD-ROM vorstellte.<sup>15</sup> Inzwischen weisen die einschlägigen Verzeichnisse fast 500 CD-ROMs aus; die CD-ROM hat noch lange nicht ausgedient, im Gegenteil.

### Keine Zukunft für das Buch?

Ein Reizthema, über das sich trefflich philosophieren läßt. Inzwischen hat sich die Erkenntnis durchgesetzt, dass das Ende der Gutenberg-Galaxis definitiv zu vorschnell eingeläutet wurde. Das Buch wird auch weiterhin fester Bestandteil unserer Informationskultur bleiben. Daran bestehen kaum noch Zweifel unter den Experten; der Zerfall der Lesekultur ist nicht zu befürchten, auch wenn sich die Fronten zwischen Lesern und „Nicht“- oder „Kaum-noch-Lesern“ weiter verschieben werden.

Die Universität Hamburg erforscht derzeit empirisch die Nutzung der „Juris“-Angebote an Richterarbeitsplätzen. Ein Zwischenbericht erfolgte vor einigen Monaten in der Fachzeitschrift „nfd Information – Wissenschaft und Praxis“<sup>16</sup>. Die Nutzer loben durchaus die Aktualität, Vollständigkeit und die schnelle Verfügbarkeit von „Juris“. Vor allem sogenannte „mittlere“, also primär Datenorien-

---

15 Vgl. „Eine runde Sache – 10 Jahre CD ROM“, BuchMarkt 8/99, S. 150 ff.

16 Vgl. Moritz, K., Nutzen der juristischen Datenbank „juris“ am Richterarbeitsplatz, Zwischenbericht über ein empirisches Projekt in Hamburg, in: nfd 49/98, S. 490 ff.

tierte Recherchen (Normen etc.) finden seit der Einführung von „Juris“ verstärkt via PC am Arbeitsplatz statt. Es entfällt also der Gang in die Bibliotheken. Werden die Bibliotheken also abgeschafft? Nein, denn nur hier finden die Hamburger Richter alle wichtigen Großkommentare und weitere Schriften.

Heinz Götze, Altverleger des wissenschaftlichen Springer Verlags<sup>17</sup>, sagte: „Den Hauptgrund für das Fortbestehen (der Printprodukte, Anm. d. V.) sehe ich in der „anthropomorphen“ Gestalt der gedruckten Medien: Format, Einteilung, Anordnung, Erreichbarkeit, Benutzbarkeit haben im Laufe der Jahrhunderte eine durch die realen Bedürfnisse und Erfahrungen des Lesers optimierte Form erhalten. Die Möglichkeit, ein Zeitschriftenheft oder ein Buch zu jeder Zeit und überall lesen oder durchblättern zu können („browsing“), wird auch weiterhin als attraktiv empfunden werden.“

Im wissenschaftlichen Springer Verlag ist man übrigens dazu übergegangen, rein elektronische Zeitschriften auch wieder in der Printform herauszubringen. Der Grund? Die Autoren wollten die eigenen Artikel doch gerne auch „schwarz auf weiß“ haben.

#### **IV. Käufer und Verkäufer? – Oder: Kurzes Zwischenspiel über die Zukunft der rechts- und staats- wissenschaftlichen Verlage**

*„Rechts- und staatswissenschaftliche Verlage  
– das sind Wirtschaftsunternehmen...“, 2. Teil*

#### **Blick in die Welt**

Viel ist den letzten über Fusionen, neue Allianzen oder Kooperationen geschrieben worden. Ganze Industrien werden – zum Teil weltweit, Stichwort „Globalisierung“ – neu strukturiert. Der Trend zu immer größeren wirtschaftlichen Einheiten hält unvermindert an. Konzentration ist an der Tagesordnung. Kaum eine Branche bleibt davon verschont, wie dieses Zitat aus der Süddeutschen Zeitung verdeutlicht<sup>18</sup>: „Die Geschwindigkeit, mit der sich die Veränderungen von der Produktionswirtschaft zur Dienstleistungsgesellschaft unter dem Einfluß der elektronischen Medien verändert, ist nach den Worten von Roland Berger (Roland Berger & Partner) atemberaubend. In einigen Jahren werden in den klassischen Industriebereichen nur noch 15 bis 20 Prozent der Erwerbstätigen arbeiten, gegenüber derzeit 32 Prozent. Substitutionsprozesse werden Branchen völlig umkrempeln, zum Beispiel der zunehmende elektronische Verkauf von Flugscheinen oder Büchern im Internet.“

Durch die Digitalisierung der Inhalte werden die Grenzen der klassischen Medien aufgehoben, die Plattformen und die Inhalte konvergieren. Das Internet verschiebt mittlerweile die Konvergenzen über die alten Industriegrenzen Telekommunikation, Informationstechnologie, Medien und Unterhaltungselektronik hinaus – Finanzdienstleistungen, Touristik, Handel und sogar Investitionsgüterindustrien sind bereits zu treibenden Kräften bei der Entwicklung des Internets

<sup>17</sup> Vgl. Götze, H., Der Springer Verlag, Stationen seiner Geschichte. Teil 2 1945-1992, Berlin Heidelberg 1994, Vorwort S. XXII

<sup>18</sup> Süddeutsche Zeitung, 22. Juli 1999, Wirtschaftsteil

<sup>19</sup> Dr. Klaus Mattern, Booz Allen Hamilton, Medienforum NRW 1999

geworden.<sup>19</sup> Die Folge: Telekommunikationsgiganten kaufen Medienunternehmen, ehemalige Softwarehersteller werden zu Inhalteanbietern. Ein Beispiel nur, von vielen möglichen: Microsoft ist so von einem *Software*-Unternehmen zu einem starken *Medien*-Player geworden: Mit dem Multimedia-Lexikon Encarta hat Microsoft der ehrwürdigen Encyclopaedia Britannica Umsatz einbußen von bis zu 50 Prozent beschert; mit der Übernahme von Web-TV ist Microsoft in das interaktive Fernsehgeschäft eingestiegen und hat heute über 700.000 Kunden in diesem Zukunftsmarkt. Mit dem Internet Explorer bietet Microsoft heute neben Netscape einen der beiden Standard-Browser im Internet an; die Microsoft-Website hat sich zu einer der wichtigsten Portals im Internet entwickelt<sup>20</sup>. Wir stehen weltweit vor gigantischen Umbrüchen, keine Frage. Dabei geben mehr und mehr die USA den Takt vor. Schon bald auch im Marktsegment „Recht und Steuern“? Bereits 1998 hat sich das „Deutsche Rechnungslegungs Standards Committee“ (DRSC) gebildet, das sich vorrangig damit befaßt, wie die bestehenden internationalen und US-amerikanischen Standards für die Konzernrechnungslegung anzupassen sind. Die Zukunft in der Betriebswirtschaft wird mehr und mehr nach den Spielregeln des größten Kapitalmarkts der Welt bestimmt.

### **Blick nach Deutschland**

Genug weite Welt, zurück nach Deutschland. Wie steht es um die Zukunft der rechts- und staatswissenschaftlichen Verlage? Zunächst bleibt festzuhalten: Die Szenerie ist mit ihren zahlreichen inhabergeführten

Fachverlagen mittelständisch geprägt, alle wichtigen Unternehmen sind „in deutscher Hand“; Internationalisierung (= ausländische Inhaber) fand nur begrenzt statt. Daran haben auch die zahlreichen Verlagsverkäufe der letzten Monate wesentlich noch nichts ändern können. Literarische Vielfalt ist immer noch gegeben; gesunder Wettbewerb vorhanden. Wohl nicht umsonst wird Deutschland in aller Welt um seine ausdifferenzierte Buchlandschaft beneidet. Sie ist Garant für Meinungsvielfalt. Nicht immer steht synergetische Verstrickung nämlich auch für Vielfalt, manche globale Suppe gerät leicht zum grenzüberschreitenden Einheitsbrei. Nivellierung ist allzu oft die Folge.

Wird diese unternehmerische Vielfalt in Deutschland auch künftig zu erhalten sein? Werden sich die ARSV-Verlage auf Dauer gegen die internationalen Giganten und die Marktzwänge abschotten können? Spricht man mit den ARSV-Verlegern über diese schwierigen Themen, so überwiegt bei ihnen der Optimismus. Die Verlage sehen sie fest verankert im Beziehungsgeflecht mit Justiz, Standesorganisationen und Behörden.

Dennoch gibt es ein paar Punkte, die nicht unerwähnt bleiben sollen:

**Wachstum:** Unternehmerisches Wachstum läßt sich in Deutschland – allen Appellen an die eigene Kreativität zum Trotz – mit eigenen Bordmitteln kaum noch realisieren. Die Märkte sind gesättigt, vielfach ausgereizt. Abhilfe schafft häufig nur Zukauf, Expansion. Auch viele ARSV-Verleger

---

<sup>20</sup> Vgl. Dr. Thomas Middelhoff, Vorstandsvorsitzender Bertelsmann AG, Rede auf dem Deutschen Multimedia Kongreß, Stuttgart 1999

wollen oder müssen durch Zukauf wachsen.

**Generationswechsel:** Es gibt ein Phänomen, das allen Kaufwilligen zu Hilfe kommt. In Deutschland vollzieht sich der Generationswechsel. Die Gründer- und Aufbaugeneration tritt allmählich ab. Dabei erweisen sich Nachfolgeprobleme mitunter als unlösbar; der Verkauf bietet sich als Lösung an.

**Preisfrage:** Das ermöglicht Kauf-Chancen für alle, auch für mittelständische Unternehmen. Problem: die mitunter überaus stattlichen Kaufpreisforderungen. In Deutschland werden mittlerweile - selbst für kleinere Verlag - das 1,5 – 2fache des letzten Jahresumsatzes verlangt. Das sind Preise, die viele mittelständische Verleger kaum zahlen können – oder nicht zahlen wollen. Ausländische Giganten kaufen hingegen zu fast allen Preisen. erinnert sei hier an Wolters Kluwer, das bereits in Deutschland Fuß gefaßt hat.

**Fazit:** Die juristische Verlagslandschaft in Deutschland ist noch gefestigt; die claims sind abgesteckt. Das kann so bleiben, das muß aber so nicht bleiben. Ein Blick in die Zukunft erscheint schwieriger denn je. Noch grassiert nämlich die „Fusionitis“, noch formieren sich die neuen Wettbewerber im zusammenwachsenden Europa. Für das mittelständische Verlegertum spricht Flexibilität und Anpassungsfähigkeit. Kleine Einheiten können auch künftig handlungsfähig sein. Die mittelständischen Verleger werden es zu beweisen haben.

## V. Der juristische Fachbuchhandel – Partner mit Anspruch

„..., in eine verkäufliche Ware umsetzen und über den **Buchhandel** dem Käufer und Leser...“

### Einleitung

Die deutsche Buchhandelslandschaft gilt

weltweit immer noch als vorbildlich. Ein dichtgestricktes Netz von Buchhandlungen überzieht das Land. Alt-Bundeskanzler Helmut Schmidt sprach bekanntlich vom „Netz geistiger Tankstellen“, das es zu schützen und erhalten gilt.

Das Adreßbuch für den deutschsprachigen Buchhandel 1999/2000 weist insgesamt über 24.000 Unternehmen aus, die grundsätzlich dem Buchhandel zuzurechnen sind. Der Börsenverein des deutschen Buchhandels e.V. vertritt die Interessen von insgesamt 7.057 buchhändlerischen Betrieben. Davon sind 4.847 Firmen des verbreitenden Buchhandels also Buchhandlungen im weitesten Sinne. Dazu kommen noch 73 Firmen des Zwischenbuchhandels.<sup>21</sup> In Deutschland kommt auf weniger als 20.000 Einwohner eine Buchhandlung.

Die in dieser Broschüre sich vorstellenden ARSV-Verlage beliefern davon ca. 4500 (!) Sortimente mehr oder weniger regelmäßig mit ihren Produkten – das kann ein Buch sein, das kann aber auch das komplette Programm sein. Ermöglicht wird dies durch eine einzigartige Vertriebsstruktur und das meistens optimale Zusammenspiel aller drei Branchenstufen – Verlage, Zwischenbuchhandel (mit bundesweiten Fahrdiensten), Buchhandlungen.

Zur eigentlichen Kernzielgruppe der ARSV-Verlage gehören bundesweit allerdings nur ca. 60 stationäre buchhändlerische Unternehmen (mit ihren diversen Filialen). Auch sie überziehen die Bundesrepublik wie ein Netz. Dazu kommt außerdem noch eine überschaubare Zahl überregional tätiger Versandbuchhändler. Relevant sind bundes-

21 Vgl. Buch und Buchhandel in Zahlen, 1999, S. 26 ff.

weit derzeit hier vier Unternehmen.

Das wichtigste Markenzeichen aller genannten Buchhandlungen ist, dass sie eigene Marketingaktivitäten entwickelt haben. Heißt: Sie alle gehen im bestmöglichen Fall ihre Kunden- und Zielgruppen konkret an – durch eigene Direktwerbung, durch eigene Katalogerstellung oder durch sonstige Dienstleistungen. Sie stellen sich dem Wettbewerb.

### **Zielgruppen, Leseverhalten**

An wen wenden sich diese juristischen Fachbuchhandlungen? Eine Antwort darauf bietet der vorzügliche „Schnellkurs Recht, Wirtschaft, Steuerrecht“ für Fachbuchhändler des Düsseldorfer Branchenmagazins „BuchMarkt“<sup>22</sup>: „Rechtsanwälte und Notare, Steuerberater und Wirtschaftsprüfer, Unternehmensberater und Unternehmen mit ihren Rechts- und Steuerabteilungen, Führungskräfte, Marketingexperten und Kostenrechner – das sind die wichtigsten Käufer. (...) Dazu gehören natürlich noch die wichtigen Bezieherkreise Wissenschaft und Verwaltung.“

Nun veraltet nichts schneller als Zahlenmaterial, zur groben Orientierung dennoch hier ein paar Größenordnungen: Ende 1998 waren 97.791 Rechtsanwälte in Deutschland zugelassen; es werden mittlerweile wohl über 100.000 sein. In Deutschland gibt es rund 25.000 Rechtsreferendare, über 800 Juraprofessoren und über 110.000 Studenten, ca. 1000 Gerichte mit über 20.000 Richtern, über 1.500 Verwaltungsbehörden mit über

150.000 Verwaltungsjuristen. Dazu kommen 55.000 selbständige Steuerberater sowie die festangestellten Mitarbeiter der Unternehmen, schließlich die Unternehmen selbst.

Das sind (unter Marketing-Gesichtspunkten!) keine besonders großen Zahlen. Sie bieten deshalb einen nicht zu unterschätzenden Vorteil: Der Markt ist übersichtlich, die Zielgruppen sind lokalisierbar und fest umrissen. Noch krasser: Der Markt ist „beherrschbar“.

### **Die Zielgruppen zeichnet weiterhin noch aus, dass sie lesen „müssen“ – was keine Selbstverständlichkeit ist!**

„Wesentlich stärker als andere Wissenschaftsbereiche (das Steuerrecht zählt hier insbesondere dazu) ist die Gesetzgebung und Rechtsprechung vielfältigen Änderungen, Erweiterungen und Neuerungen unterworfen. Das bedeutet für die Zielgruppen ständig einen erheblichen Literaturbedarf, um im Arbeitsgebiet fundiert auf dem neuesten Stand zu sein. Nicht zuletzt hat ja darin die Editionsform des Loseblattwerks ihren Ursprung ...Das Steuerrecht ist den meisten Änderungen unterworfen. Die große Zahl der hier vertretenen Loseblattkommentare unterstreicht dies deutlich.“<sup>23</sup>

Juristen, Steuerberater und Wirtschaftsprüfer müssen also lesen, sie sind lukrativ, für Sonderkonjunktoren ist gesorgt. Als Kundengruppen im Aufwind gelten übrigens die „jungen Rechtsanwälte“, die „jungen Führungskräfte im mittleren Management“, die „Existenzgründer“. Vermehrtes Engagement erfordern hingegen traditionelle Kundengruppen wie die Professoren, die Anwälte, die Wirtschaftsprüfer, die Banken und die Manager.<sup>24</sup>

Einige ARSV-Verleger beklagen dennoch die mangelhafte Erstausrüstung mit Literatur vor allem in den Praxen junger Anwälte.

<sup>22</sup> Vgl. Schnellkurs RWS, BuchMarkt 4/97, S. 177 ff.

<sup>23</sup> Ebd., a.a.O., S. 177

<sup>24</sup> Vgl. Buchreport, 21/99, S. 42 ff.

## Lotsen im Sturm

„Der Buchhandel ist Dienstleistung, Dienstleistung aber gewinnt an Bedeutung“, so bemerkte Rudolph Braun-Elwert, Sprecher der Arbeitsgemeinschaft wissenschaftlicher Buchhandlungen e.V. (AWS), einmal zu recht. Die AWS repräsentiert 120 bundesdeutsche Buchhandlungen, die zusammengekommen für einen Gesamtumsatz von ca. 1,5 Milliarden DM stehen. Alle namhaften juristischen Sortimente sind auch Mitglieder der AWS.

Was aber bedeutet nun Dienstleistung? Auch darauf gab der AWS-Vorsitzende Antworten: „Der Buchhandel pflegt Kundenkontakte, er stellt Informationen bereit, er leistet Beratung, er nimmt Auswahl vor und pflegt Lagerhaltung; er gewährleistet Besorgung und Lieferung.“ Für den lokalen Buchhandel spricht also seine Präsenz vor Ort, sein Bekenntnis zum Kunden, sein Gesamtangebot (und zwar unter einem Dach!), aber auch seine Nähe zur lokalen Politik und zur lokalen Verwaltung. Er steht für Service und Individualität: „Zuverlässigkeit per Knopfdruck oder EDV gibt es nicht!“, so Rudolph Braun-Elwert.

Wer daraus allerdings auch pessimistische Töne liest, liegt so falsch nicht. Denn längst steckt auch der wissenschaftliche Buchhandel und der Fachbuchhandel in Deutschland mitten in einem tiefgreifenden Strukturwandel. Die Motoren der Entwicklung? Der aufkommende, häufig versandkostenfrei liefernde Internetbuchhandel; die Konzentrationen im Verlags- und im Sortimentsbuchhandel; die stagnierenden, wenn nicht gar reduzierten Etats der Bibliotheken und die damit einher-

gehenden eingebrochenen Zeitschriften- und Monographiebestellungen und die zusätzlich vom Sortiment geforderten und zu finanzierenden Dienstleistungen.

Dazu kommen – das darf auch hier nicht verschwiegen werden – die verstärkten Direktmarketing-Aktivitäten einiger Verlage, auch der ARSV-Verlage. Übrigens zunehmend auch via eigener, allerdings häufig immer noch mäßig durchdachter Internet-Auftritte. Und dazu kommen die Wettbewerbs- und Preisbindungsverstöße unter den mittelständischen Fachbuchhandlungen. Auch sie greifen zu immer schärferen Waffen, vor allem im Kampf um die lukrativen Großkunden. Der Kampf um die Kunden wird von allen Marktteilnehmern zunehmend mit härteren Bandagen geführt.

## Juristischer Fachbuchhandel, quo vadis?

Auch im juristischen Fachbuchhandel...? Tatsache ist jedenfalls, daß sich buchhändlerische Gesetzmäßigkeiten nun einmal auch in diesem Marktsegment nicht außer Kraft setzen lassen. Zu diesen Gesetzmäßigkeiten aber gehört, daß:

- 1) in Folge eines höheren Einkaufsvolumen die größeren Unternehmen in aller Regel auch die besseren Bezugskonditionen aushandeln können;
- 2) für die großen Unternehmen am Markt die weitere Filialisierung das einzige probate Mittel zur Vergrößerung der Einkaufsvolumina bleiben wird; nur so entstehen nämlich die Absatzmengen, die wiederum die Nachfragemacht und damit die Rabatte erhöhen;
- 3) kleineren Unternehmen hingegen nur zwei Optionen bleiben: Zusammenschluß mit anderen Unternehmen zur Ballung der

Einkaufsmacht (was beispielsweise eine Gruppe 12 kleinerer juristischer Sortimente in 1998 versucht hat<sup>25</sup>) oder die Aufgabe der Selbständigkeit durch den Anschluß an eine größere Unternehmenseinheit<sup>26</sup> (was auch im juristischen Buchhandel vielfach zu beobachten ist).

Nun ist das Verhältnis zu den Verlagen „gerade im Fachbereich RWS ambivalent, aber keineswegs zerrüttet“, wie der Buchreport schon 1998 in einer Umfrage unter unabhängigen juristischen Fachbuchhändlern konstatierte. Allen Direktvermarktungsgelüsten der Verlage zum Trotz erweisen sich die Zielgruppen – wie bereits oben beschrieben - als ausgesprochen buchhandelstreu! Juristen mögen Buchhandlungen, das klingt einfach – und ist doch so. Hier finden sie alles unter einem Dach, hier erfahren auch große Kanzleien noch einen Rundumservice, wie sie ihn schätzen und brauchen.

Im juristischen Fachbuchhandel kommt allerdings hinzu, daß ausgerechnet die marktführenden Verlage (C.H. Beck, Dr. Otto Schmidt) auch Inhaber der beiden größten deutschen juristischen Fachbuchhandelsketten sind: So gehört den Beck-Verlegern in München das unternehmerisch überaus erfolgreiche „Schweitzer Sortiment“ mit seinen bundesweiten Filialen (geschätzt ca. 53 Mio. DM Umsatz).

Dem Verlag Dr. Otto Schmidt gehören die Fachbuchhandlungen „Hermann Sack“ und „Struppe & Winckler“ mit ihren jeweiligen Filialen (Umsatz insgesamt geschätzt ca. 50 Mio DM).

Zwar betont man in beiden Häusern stets, daß das eigene Filialnetz mehr aus Zufall zustande gekommen sei, es eine explizite Wachstumsstrategie somit nie gegeben habe. Was auch stimmen mag, schließlich spiegeln auch die Inhaber-Verhältnisse im Fachbuchhandel nur wider, was bereits zu den Fachverlagen zu sagen war. Tatsache ist dennoch, daß die „Wirkungskreise“ dieser Filialisten zunehmend auch in jene Nischen dringen, wo sich bislang hauptsächlich die unabhängigen regionalen Fachsortimenter zu behaupten versuchen.

Vor diesem Hintergrund erstaunt deshalb nicht, dass Handlungsanleitungen fürs „Überleben“ dieser Buchhändler mittlerweile sogar von den Verlegern formuliert werden, die eigene Buchhandlungen besitzen. Karl-Peter Winters, Geschäftsführender Gesellschafter Verlag Dr. Otto Schmidt, schlug allen Sortimentern vor, durch

- 1) eine weitere Erhöhung der Beratungskompetenz, etwa durch Konzentration auf die Standardwerke im Verkauf, oder durch mehr individuell zugeschnittene Serviceleistungen,
- 2) intensives Engagement im CD-ROM-Bereich, vor allem beim Einsatz in Kunden-Intranets,
- 3) bessere Rückkoppelung an Verlage, Kunden Data-Mining<sup>27</sup>

Pluspunkte zu sammeln.

Ein letztes Wort noch zum Internetbuchhandel: Alle namhaften juristischen Fach-

---

26 Vgl. Prof. Dr. Bert Rürup, Vortrag „Ursache-Wirkungs-Ketten“, AWS-Tagung Mai 1998

27 Vgl. Buchreport, 21/99, S. 66

buchhandlungen sind längst auch im Internet vertreten; ordentliche Serviceleistungen sind installiert oder in Vorbereitung. Den juristischen Fachbuchhändlern geht es dabei um Information und Verkauf von Fachinformation. Das ist durchaus nicht bei den weltweit agierenden Internetbuchhändlern der Fall. Hier wird häufig der Buchverkauf nur zum Aufbau stabiler Kundenbeziehungen genutzt. Später sollen weitere, buchfremde Angebote das Angebot ergänzen. Der juristische Fachbuchhandel steht für Produkt-Knowhow und Zielgruppenkenntnisse.

### **Partner bleiben**

Ein Wort von Heinrich Riethmüller, Mitinhaber der über 400 Jahre alten „Osiandersche Buchhandlung“, dieser Tage im „Börsenblatt für den Deutschen Buchhandel“ veröffentlicht, allen Verlegern ins Brevier geschrieben:

„Mein Appell an die Verleger: Rühmen Sie nicht immer nur verbal die gute Vertriebsstruktur unserer Branche, (...) nehmen Sie die Partner des Handels ernst und nutzen Sie dessen hervorragende Infrastruktur (...) besinnen Sie sich auf den Fachhandel, der immer noch der Garant für den Absatz aller Ihrer Bücher ist.“<sup>28</sup>

Es kursiert unter Fachbuchhändlern das böse Wort vom Verlag als Lieferant, der zum Konkurrenten wird. Durch seine Direktbelieferungen, aber auch dadurch, daß er selber zum Buchhändler wird. Es wird viel Feingefühl auf allen Seiten brauchen, um die gewachsenen Strukturen über die kommenden Jahrzehnte zu retten. Die ARSV-Verlage halten sich ihre Buchhandlungen auch als „Markt-

forschungsunternehmen“. Mögen auch künftig die Erkenntnisse daraus allen Buchhandlungen zugute kommen.

Bleibt die Frage, wie der Buchhandel eingebunden werden soll in die skizzierten neuen und neuartigen Informationsströme – und zwar jenseits allem Internet-Hype und aller E-Commerce-Seligkeit. Sie kann hier nicht beantwortet werden. Der Grund ist denkbar einfach: Antworten darauf gibt es noch nicht.

Die AWS will als Interessenvertretung auch der juristischen Fachbuchhändler ihren Anteil zur Lösung dieser großen Probleme beitragen. Gerade das Thema Internet soll zum Anlaß intensiver Kommunikation zwischen allen Beteiligten genutzt werden: „Nicht die großen, nicht die schnellen, sondern die kommunikativen Unternehmer werden die erfolgreichen Unternehmer sein.“

Was für Verleger und Buchhändler gleichermaßen gilt.

### **Anhang**

#### **Übersicht 1: VG-Wort**

Kleiner Autoren-Knigge: VG-Wort

**Wer ist die VG Wort?** Die Verwertungsgesellschaft Wort (VG Wort), gegründet 1958, nimmt für Autoren und Verlage treuhändlerisch jene urheberrechtlichen Nutzungsrechte wahr, die durch den Einzelnen nicht wahrgenommen werden können.

**Was macht die VG Wort?** Hauptaufgabe der VG Wort ist es, optimale Erträge für Autoren und Verlage von Vergütungspflichtigen einzuholen und diese Erträge an die Berechtigten weiterzuleiten; das waren 1997 immerhin 112,7 Mio. DM.

**Was kostet die VG Wort?** Der Abschluß des Vertrags mit der VG WORT ist kostenlos, es entstehen auch keine Folgekosten; derzeit nimmt die VG Wort Rechte von mehr als 200.000 Autoren und 6000 Verlagen wahr.

**Wem hilft die VG Wort?** Die VG Wort kennt insgesamt 6 Berufsgruppen, relevant hier die Berufsgruppe 2, „Autoren und Übersetzer von wissenschaftlicher und Fachliteratur“ und die Berufsgruppe 6 „Verleger wissenschaftlicher Werke und Fachliteratur“.

**Was kann der VG Wort gemeldet werden?**

Buchveröffentlichungen: Hier können alle Fachbücher, die im Laufe der letzten drei Jahre erschienen sind, gemeldet werden; Beiträge in Fachbüchern bzw. Fachzeitschriften: hier beträgt die Meldefrist 2 Jahre

**Weitere Informationen und Anmeldeformulare bei:** VG Wort; Internet: [www.vgwort.de](http://www.vgwort.de) oder VG Wort, München, Fax 089/5141258.

## Übersicht 2: Honorar

A propos Honorar

Die formalen Grundlagen der Zusammenarbeit zwischen Autoren und Herausgebern/Verlagen werden zum großen Teil vom Urheber- und Verlagsrecht sowie von Vereinbarungen mit den Autorenverbänden geregelt. Zwei übliche Honorarsysteme sind:

- das Beteiligungshonorar von x% vom Ladenpreis abzüglich MWSt. für jedes verkaufte Exemplar; jährliche Abrechnung;
- das feste Bogenhonorar, das sich vor allem bei Werken mit mehreren oder zahlreichen Beitragsautoren anbietet.
- Stückhonorar, selten; hier muß vor allem darauf geachtet werden, das Honorar bei evtl. Stückpreiserhöhung anzupassen
- **Übrigens:** Autoren erhalten Freixemplare

(nach Vereinbarung); Frei-, Pflicht-, Beleg-, Archiv-, Werbe- und Rezensionsexemplare sind nicht abrechnungs- und honorierungspflichtig

Weitere Auskünfte: Bei den Verlagen oder direkt beim „Verlegerausschuß“ im Börsenverein des Deutschen Buchhandels e.V., Frankfurt.

## Übersicht 3: Buchpreisbindung

Buchpreisbindung

**Nationale Preisbindung steht nicht zur Disposition:** Ex- EU-Wettbewerbskommissar Karel van Miert wollte bekanntlich noch vor seiner «Büroübergabe» die grenzüberschreitende Buchpreisbindung (nicht die nationale Buchpreisbindung!) zwischen Deutschland und Österreich verbieten – trotz aller Appelle, auf dieses weitreichende Vorhaben zu verzichten. Überraschenderweise wurde die Entscheidung von der alten Kommission vertagt. Der designierte Wettbewerbskommissar Mario Monti hat aber unmittelbar nach Amtsantritt verkündet, dass er schon bald eine Entscheidung über die grenzüberschreitende Buchpreisbindung herbeiführen wolle. Dabei ließ er wenig Zweifel daran, dass er die Position Karel van Mierts teile. Mitte September hat Mario Monti offiziell sein Amt angetreten; damit steht übrigens erstmals ein ausgebildeter Ökonom an der Spitze der Wettbewerbsbehörde. Mit einer Entscheidung ist also noch in 1999 zu rechnen.

**Börsenverein kämpft auch für grenzüberschreitende Preisbindung:** Deutsche Bücher kosten in Österreich und Deutschland gleich viel. Der EU-Kulturministerrat hat sich in Weimar explizit für die Beibehaltung der grenzüberschreitenden Buchpreisbindung ausgesprochen. Die deutsche Regierung hat

ihre (schon im Koalitionsvertrag von SPD und Grünen fixierte) Haltung mehrfach bekräftigt und sich für eine Beibehaltung der grenzüberschreitenden Buchpreisbindung ausgesprochen. Der Börsenverein des Deutschen Buchhandels e.V. will nach den Worten seines Vorstehers Roland Ulmer – im Verbund mit der Bundesregierung und dem EU-Parlament – ein zukunftsfähiges und grenzüberschreitendes Preisbindungssystem für den gesamten deutschsprachigen Buchmarkt schaffen. Gespräche mit Monti werden geführt, Kompromisse erwogen. Der Börsenverein scheut den Gang vor den Europäischen Gerichtshof aber nicht, sollte die grenzüberschreitende Preisbindung verboten werden. Daneben setzt der Börsenverein große Hoffnungen in eine vom Europäischen Parlament angestrebte Richtlinie zur Buchpreisbindung.

„**Books are different**“: Das Buch ist Kulturgut, es ist Träger sprachlicher und nationaler Identitäten. Buchpreisbindungen sichern die Existenz vielfältiger und pluralistischer Buchlandschaften, sie verhindern Monopole und Monokultur, sie ermöglichen Pluralismus. Der kulturellen Bedeutung des Buches muß weiterhin Rechnung getragen werden, so die Forderung der Verleger, Buchhändler und Autoren. Sie verweisen – wohl mit Recht – auf die ausgedörrten Buchhandelslandschaften der USA und anderer Länder, wo der Fall der Preisbindung zur Ausdünnung und zur Nivellierung einer vormals reichen Buchkultur geführt hat.

#### Übersicht 4: Juristische Publikationen

##### Glossar juristischer Publikationen

Das juristische Verlagswesen in Deutschland hat sich ein vollständiges Instrumentarium für die verschiedenen Informationsstufen

geschaffen – zur Orientierung ein Überblick:

- **Kommentar:** Fortlaufendes Erläutern (eben „Kommentieren“) der einzelnen Sätze eines Gesetzes in der Form einer die Tatbestandsmerkmale und Rechtsfolgen zergliedernd behandelnden Interpretation;
- **Loseblattausgabe,** auch Loseblattbuch: Fortsetzungswerk, das auf Einzelblättern erscheinen und durch Fortsetzungs- oder Berichtigungsblätter auf dem laufenden gehalten wird. Die Einzelblätter werden in Ordnern oder Sammelmappen zusammengefaßt; es gibt sie auch in Karteiform;
- **Handbuch:** Umfassendes Buch über ein spezielles Sachgebiet, ähnlich dem Lehrbuch;
- **Lehrbuch:** Ein Hilfsmittel für Unterricht einschließlich Selbstunterricht und Lehre, das den geforderten Wissensstoff und Denkstil unter Sach Gesichtspunkten nach lernpsychologischen und didaktischen Prinzipien vermittelt;
- **Monographie:** Eine Schrift, die einen einzelnen Gegenstand als ein abgesondertes Ganzes behandelt, auch eine Schrift über eine Einzelpersonlichkeit;
- **Zeitschrift:** Ein regelmäßig erscheinendes Presseerzeugnis; publizistisch unterschieden von der Publikumszeitschrift, als aktive Gruppenzeitschrift wissenschaftlich unterschieden zur passiven Freizeit-Zeitschrift durch die kommunikativen Erwartungen ihrer Leserschaft; Erscheinungsweise: wöchentlich bis quartalsweise
- **Sammelwerk:** Eine Sammlung von Beiträgen zumeist mehrerer Urheber; periodische Sammelwerke sind Zeitungen, Zeitschriften Jahrbücher; nichtperiodische sind Lexika, Festschriften. Lesebücher etc. Beruht die Zusammenstellung der Beiträge auf einer durch Auslese und Anordnung individuellen

Leistung - im allgemeinen der Herausgeber oder der Redakteur -, so ist sie urheberrechtlich geschützt, unbeschadet des etwaigen Urheberrechts an den einzelnen Beiträgen.

Dazu kommen noch, sich gleichsam durch ihren Namen selbst erklärend: **Gesetzestext**, **Schriftenreihe**, **Entscheidungssammlung** und **Festschrift**. Neu hinzukommen schließ-

lich auch elektronische Publikationsmöglichkeiten wie Diskette, CD-ROM, Internet/Intranet sowie „Anwalts- oder Kanzlei-Software“.

Alle Definitionen aus Brockhaus  
Enzyklopädie, 17. Auflage

Klaus D. Urban