

# Neuer Hauptverbandschef will Klärung der Rabatt-Ausschreibung

Nach dem erzwungenen Rücktritt der beiden Chefs des Hauptverbandes des Österreichischen Buchhandel, Anton Hilscher und Emmerich Selch, haben sich die Buchhändler einen neuen Präsidenten gewählt: den Wiener Verleger und Geschäftsführer des Picus Verlages, Dr. Alexander Potyka. Der Salzburger Verleger Arno Kleibel (Otto Müller Verlag) ist neuer Vorsitzender des Österreichischen Verlegerverbands und Vizepräsident des Hauptverbands neben den bis-

herigen Vizepräsidenten Erwin Riedesser und Gerald Schantin. „In einer schwierigen Zeit hat der Branchenzusammenhalt oberste Priorität“, betont Präsident Potyka. „Wir müssen mit ganzer Kraft für die Erhaltung jener Strukturen kämpfen, die für den Buchhandel lebenswichtig sind: Die Sicherung der Buchpreisbindung steht dabei an vorderster Stelle. Darüber hinaus werden wir die Dienstleistungsqualität des Hauptverbands für seine Mitglieder optimieren.“

„Stärkere Präsenz bei Messen, Buchpreisbindung, gezieltes Lobbying besonders in Sachen Bundesbeschaffung, die die Branche verunsichert hat“, fasst Arno Kleibel seine branchenpolitischen Ziele zusammen. Abgesehen von diesen Perspektiven wird für den neuen Vorstand die Aufarbeitung des Bieterskandels vom Dezember sein. Den Hintergrund der Rücktritte bildete – wie wir berichtet haben – eine Ende 2003 durchgeführte Ausschreibung durch die Bundesbeschaffungs-

gmbH, mit dem Ziel den Bucheinkauf des Bundes ab 2005 zu zentralisieren und in weiterer Folge zu rationalisieren. Den Zuschlag erhielt Morawa & Co. (ein Unternehmen des komplexen Morawa-Konzerns) mit einem pauschalen Rabatt von 16%, das Buchpreisbindungsgesetz sieht jedoch einen maximalen Rabatt von 5% vor. Noch im November wurde Bundeskanzler Wolfgang Schüssel von der SPÖ mit der prekären Frage konfrontiert, wie es trotz Buchpreisbindung möglich sei,

## Buchpreisbindung in Österreich

**Wie ist das nun mit der Buchpreisbindung? Wir haben nachgelesen bei Fritz Panzer und Elfriede Scheipl in ihrem Buch „Buchverlage in Österreich. Marktteilnehmer – Buchproduktion – Umfeldbedingungen“, erschienen im Verlag Buchkultur.**

In Österreich gilt, wie in den meisten Ländern der Europäischen Union, die Ladenpreisbindung für Bücher. Die Ladenpreise werden von den Verlagen festgesetzt und die Bücher dürfen von Buchhandlungen und anderen Wiederverkaufsstellen nur zum festgelegten Preis mit geregelten erlaubten Nachlässen für bestimmte Abnehmer (wie z.B. Bibliotheken) verkauft werden. Der österreichische Staat hat dem besonderen Status des Produktes „Kulturgut Buch“ entsprechend Anerkennung gezollt indem für Bücher nur die Hälfte des üblichen Steuersatzes vorgeschrieben wird: Statt 20% sind in Buchpreisen nur 10% Mehrwertsteuer inkludiert – im Vergleich zu anderen Staaten der Europäischen Union immer noch hoch. Deutschland hält zur Zeit beim allgemeinen Steuersatz von 16%, für Bücher gelten 7% Mehrwertsteuer. Die österreichische Buchbranche war entscheidend beteiligt an der neu aufflammenden Diskussion um den gebundenen Ladenpreis für Bücher innerhalb der Europäischen Union, die bis heute noch nicht beigelegt ist. Veranlasst wurde die Diskussion ursprünglich durch die ehemals größte Buchhandelsketten im deutschsprachigen Raum, Libro. Im Drang nach immer weiterer Expansion heizte Libro schon 1994 in Brüssel gezielt die Debatte um die Preisbindung für Bücher an und nutzte geschickt die Mediensensibilität für Kartell- und Konsumentenfragen, um sich selbst quasi als Interessensvertreter der Käufer zu präsentieren: Mit dem Vorwurf, die Ladenpreise für Bücher aus deutschen Verlagen werden systematisch zu hoch berechnet, sollte das System der grenzüberschreitenden Ladenpreisbindung bereits 1995 gekippt werden. Tatsächlich handelte sich die Buchbranche eine Rüge aus Brüssel ein – verbunden mit dem Ultimatum, die Ladenpreise innerhalb eines Jahres nach unten zu nivellieren. Eine Ursache der unbequemen Lage war der entweder von deutschen Verlagen bzw. Exporteuren oder von österreichischen Buchauslieferungen und anderen

Importeuren gepflogene Brauch, zwar die österreichische Mehrwertsteuer (10%) aufzuschlagen, allerdings ohne vorher die deutsche Mehrwertsteuer herauszurechnen. Damit sind Bücher, die aus Deutschland importiert wurden, um etwa 7% teurer verkauft worden als tatsächlich erforderlich. Brüssel untersagte diese falsch verstandene Form der „grenzüberschreitenden Ladenpreisbindung“. Bis Mitte 1996 wurden die Preise nach unten „angezlichen“.

Die nachfolgende langwierige Debatte zwischen der Wettbewerbskommission der EU und den Interessensvertretungen der Buchbranche in Deutschland und in Österreich führte zur Annullierung des so genannten „Sammelrevers“, in dem die grenzüberschreitende Ladenpreisbindung von den beteiligten Verlagen und Buchhandlungen vertraglich vereinbart worden war. Darauf folgend wurde im Jahr 2000 ein österreichisches Gesetz beschlossen, das die Ladenpreisbindung für Bücher im Inland regelt. Ganz ausgestanden dürfte der Fall Ladenpreisbindung dennoch nicht sein, da das „Bundesgesetz über die Preisbindung bei Büchern“ in Österreich am 30. Juni 2005 „automatisch außer Kraft“ tritt und bereits in den vergangenen Jahren eine Reihe von Marktentwicklungen und Umfeldbedingungen das System der Ladenpreisbindung für Bücher unterminierten. Österreich, aber auch der Schweiz, in der die staatliche Wettbewerbskommission kartellrechtliche Bedenken hat, kann in diesem Prozess entscheidende Bedeutung zukommen. Denn fällt das System der Ladenpreisbindung in einem dieser beiden Länder, fällt es über kurz oder lang auch in Deutschland. Buchhandlungen oder (internationale) Versandhäuser mit Sitz in Österreich oder der Schweiz würden deutschsprachige Bücher mit Preisnachlässen an Kunden in Deutschland liefern, während deutsche Mitbewerber die Preisreduzierung als Wettbewerbsstrategie nicht einsetzen können und

# BUCHHANDEL

mittels einer Ausschreibung Kostenreduzierungen herauszuschlagen. Der Bundeskanzler versicherte damals in der Beantwortung, dass „...Befürchtung hinsichtlich eines Verstoßes gegen das Buchpreisbindungsgesetz im Falle einer zentralen Beschaffung für den Bund ... unbegründet“ seien. Wie Schlüssel so sicher sein konnte? Der neue Präsident im Hauptverband des Österreichischen Buchhandels, Potyka, von X-media dazu befragt, erklärte: „Der Buchhandel vertreibt auch Produkte, die nicht preisgebunden sind, wie z.B. eine amerikanische Fachzeitschrift, für die jeder wirtschaftlich denkbare Rabatt rechtmäßig ist.“ Alleine die administrative Bibliothek des Bundeskanzleramtes bezieht neben

preisgebundenen Büchern Tages- und Wochenzeitungen sowie Abonnements von Gesetzblättern und Fachzeitschriften in der Höhe von knapp 380.000 Euro.

Der Hauptverband ist jedenfalls der Meinung, dass die Ausschreibung eines pauschalen Rabattes einzig dem Zweck diene, die 5%-Rabattmarke für Bücher zu umgehen. Nun stellt sich die Frage, ob Waren, die der Buchpreisbindung unterliegen mit anderen in einen Topf geworfen und „mit-rabattiert“ werden dürfen. Eine juristische Frage, die Potyka und die Anwälte des Hauptverbandes auf der einen Seite und vor allem Morawa & Co. als Bestbieter auf der Anklagebank noch einige Zeit beschäftigen wird.

Marktanteile verlieren würden. Diese ungleichen gesetzlichen Rahmenbedingungen innerhalb desselben Sprachraums (d.h. desselben Marktes) wären auf Dauer nicht aufrecht zu halten. (...) Mit dem Näherrücken der Einführung des Euro in Österreich und in Deutschland drängt sich schon Ende 1998 ein Problem der Buchpreisbindung stärker in den Vordergrund: Die festgesetzten (und z.B. bei Taschenbüchern aufgedruckten) Abgabepreise für Bücher enthalten in Österreich eine um 3% höhere Mehrwertsteuer als in Deutschland.

Tatsächlich ergibt sich mit der Einführung der Einheitswährung in Kombination mit dem System der Ladenpreisbindung für Bücher die absurde Situation, dass zwar alle (deutschsprachigen) Bücher gleich viel Euro kosten sollen, dass aber durch die unterschiedlichen Mehrwertsteuersätze dasselbe Buch in Deutschland beispielsweise 10,- Euro, in Österreich aber 10,30 Euro kostet. Damit scheinen etwa bei Taschenbüchern weiter zwei Preise, ein österreichischer und ein deutscher Euro-Preis auf. Den Buchhandlungen in Österreich erwuchs damit ein entscheidender Wettbewerbsnachteil: Früher wurden Bücher in Österreich mit Schilling-Preisen angeboten und in Deutschland mit D-Mark-Preisen, seit 1996 zu einem Umrechnungskurs (1:7,30), der die unterschiedliche Mehrwertsteuer in den Endverbraucherpreisen berücksichtigt. Kaum jemand realisierte den Unterschied. Ab der Einführung des Euro wird für Konsumenten der Preisunterschied offensichtlich.

Deutsche Versandbuchhändler oder Internetbuchhändler bieten Bücher in Österreich mit EURO-Preisen an, die deutlich sichtbar immer etwas günstiger sind als die Preise österreichischer Anbieter. Auch die Werbemittel deutscher Verlage, in denen selbstverständlich der in Deutschland gültige Euro-Preis angegeben ist, führen andere Preise an als die Prospekte oder anderen Werbemittel heimischer Buchhandlungen. Selbst wenn sie den Preis dementsprechend herabsetzen und deutlich bewerben werden, um Bücher um denselben Preis wie deutsche Unterehmen anzubieten (was beim derzeitigen Stand der Gesetzeslage nicht erlaubt ist), müssten sie mit 3% weniger Handelsspanne kalkulieren: Bei der ohnehin angespannten wirtschaftlichen Situation der meisten Buchhandlungen des Landes ein nicht unerheblicher Faktor. Zwar dürfen österreichische Buchhändler ihren Kunden bis zu 5% Rabatt einräumen, der festgesetzte Ladenpreis darf allerdings nicht verändert werden. (...)

*Kuverts und Versandtaschen, Luftpolster- und Fallentaschen in allen Größen, auch für Kuvertiermaschinen*





*FRAMA*  
GPV Group

französisch-österreichische Papierwarenfabrik AG

*Kuverts ganz nach Ihren Vorstellungen*

H-1106 Budapester, Tändlerlirt u. 3-5.  
Tel.: + 36-1-433-3270  
Fax: + 36-1-433-3250  
E-mail: [framart@aseclero.hu](mailto:framart@aseclero.hu)  
[www.frama.hu](http://www.frama.hu)

*Flexo oder Offsetdrucke nach Ihren Vorstellungen Maßgeschneiderte Lösungen für Werbezwecke*

*Besuchen Sie uns auf der Publico04 Halle A Stand A0303*

Bitte hier im Hintergrund die Titelseite des Prospektes hinterlegen

**Bitte beachten Sie:  
Einem Teil dieser Ausgabe liegt ein Prospekt der Firma ProMegaTechnik bei**