



Glaubenskrieg

Die kreuzritterliche Verve, mit der die Auseinandersetzung um Amazon und die deutsche »Buchkultur« geführt wird, gemahnt an Religionskämpfe. **Von Berthold Seliger**

Die Buchbranche als Insel der Glückseligen unter den Fittichen der Politik? – Buchhandlung in der Dominikanerkirche, Maastricht

Wenn die Deutschen debattieren, kommen sie selten ohne Mythen und Legenden aus, und gerne versetzen sie sich in einen künstlichen Erregungszustand, der mitunter quasireligiöse Züge annimmt. Das war bereits beim Kampf ums Urheber- und Leistungsschutzrecht so, das kann man jetzt bei den Auseinandersetzungen um Amazon und die deutsche »Buchkultur« studieren. Doch gemacht – worum geht es bei dem Amazon-Glaubenskrieg eigentlich? Und kann man etwas von den Auseinandersetzungen um die Musikindustrie lernen?

Im Kern geht es wieder einmal um die Digitalisierung als Realität der Kulturindustrie unserer Tage, um die Frage, wie rasch und wie effektiv man auf die Digitalisierung reagieren kann und wie althergebrachte, erfolgreiche Geschäftsmodelle in die neue Zeit hinübergerettet werden können – wenn möglich und nötig auch gerne mit Hilfe des Gesetzgebers. Die Musikindustrie hat die digitalen Möglichkeiten vor über einem Jahrzehnt gründlich verschlafen, bis sie endlich kapier-

te, dass die Digitalisierung neue Gewinnmöglichkeiten bereithält. Durch diesen Tiefschlaf hat man einen neuen Player ins Leben gerufen, dem es sogar gelungen ist, den »Content«-Besitzern seine Bedingungen aufzudrücken: Apple reüssierte als Musikvertrieb mit der weltgrößten Downloadplattform und machte den digitalen Download zu einer Erfolgsgeschichte – zunächst und vor allem für sich selbst, aber am Ende auch für die Plattenfirmen. Erst die neuen Streaming-Angebote haben den Tonträgerfirmen neuen Gewinn beschert, nicht zuletzt, weil den drei den Weltmarkt beherrschenden multinationalen Konzernen ein Fehler nicht noch einmal passierte – jetzt sind sie an Streamingplattformen wie Spotify gleich direkt beteiligt.

Die Buchbranche kann daraus gleich mehrfach lernen: Erstens hat es keinen Sinn, sich einer technologischen Entwicklung zu widersetzen. Zweitens setzt sich jeweils ein Konzern mit seinem Geschäftsmodell durch: Es gibt nur *ein* Google, *ein* Facebook, *ein* Apple und *ein* Amazon. Drittens: »Distribution is king« (Bob Lefsetz). Nicht die Hersteller von

Kulturgütern, wie es gerecht wäre, nicht die Endverkäufer machen den größten Profit, sondern die Zwischenhändler, die Mittelsmänner, die Mitesser.

In der Konzertbranche ist es ähnlich – die größten Profiteure sind die Ticketing-Konzerne, die mit ihren drastischen Gebühren den Konzertgängern das Geld aus der Tasche ziehen. Während Künstler und Konzertveranstalter das Risiko tragen, ist der Verkauf von Tickets ein völlig risikoloses Provisionsgeschäft, von dem weltweit vor allem zwei Großkonzerne profitieren: der amerikanische Ticketmaster-Konzern und die deutsche CTS Eventim AG.

Sieht man sich den Beginn der Erfolgsgeschichte des vor 20 Jahren gegründeten Amazon-Konzerns an, kommt man genau auf diesen Punkt: Vertrieb. Jeff Bezos hat erkannt, dass das Internet immense Möglichkeiten des Vertriebs von Waren bietet und eine Liste von Produkten zusammengestellt, die sich ideal im Netz vermarkten ließen; diese Liste kürzte er auf fünf Produkte zusammen (darunter CDs und Videos), bis er sich schließlich für *ein*

ein Produkt entschied, das er im Internet vertreiben wollte: das Buch. Amazon startete als Buchhandlung im Internet. Bezos war klar, daß das Buch ein ideales Produkt für den Internethandel war: Es gab ein riesiges weltweites Interesse an Büchern, es gab eine extrem hohe Zahl an verfügbaren gedruckten Büchern, und die Profitmöglichkeiten pro verkauftem Buch schienen dem Amazon-Gründer ideal.

Aus der in einer Garage (Vorsicht, Mythos!) gegründeten Klitsche wurde ein Weltkonzern. Die multinationalen Internetgiganten mit ihrer speziellen Mischung aus kalifornischer Ideologie und dem Neoliberalismus der Chicago Boys schreiben *die* Erfolgsgeschichten des Kapitalismus unserer Zeit. Erstaunlich ist, daß all diejenigen, die neuerdings so vehement die Zerschlagung von Google oder die massive Eindämmung von Amazon fordern, an keiner Stelle die Systemfrage stellen. Während in Berlin auf Gründertagen und Startup-Konferenzen genau die digitale Ökonomie gefordert und gefördert wird, deren extremster wirtschaftlicher Erfolg sich in den Internettycoons, werden just die erfolgreichsten dieser Konzerne von der deutschen Politik und der deutschen Öffentlichkeit dämonisiert. Da werden plötzlich selbstverständlichste Marktpraktiken kritisiert, etwa daß Amazon höhere Rabatte von einzelnen Verlagen anstrebt und in dieser Auseinandersetzung die Bücher der nicht bereitwilligen Verlage schlechter präsentiert. Dabei tut Amazon nur das, „was Buchhändler immer schon gemacht haben: nämlich jene Bücher, die sie zu besonders günstigen Konditionen einkaufen konnten, zu bevorzugen, etwa direkt an die Kasse zu legen“, wie der Verleger und Buchhändler Markus Hatzler im „FAZ“-Interview erklärt. Daß die deutschen Automobilkonzerne, das gefeierte Aushängeschild der hiesigen Wirtschaft, mit zum Teil sogar staatlicherseits geförderten Rabattmodellen Marktanteile zementieren – nebbich. Der deutsche Discounter Lidl hat Anfang des Jahres Coca-Cola aus den Regalen seiner Filialen geworfen, um sich bessere Konditionen zu sichern – ein in der sogenannten Marktwirtschaft selbstverständlicher Vorgang.

Doch wenn Amazon mit einem Großverlag um Rabatte streitet, sieht Wolfgang Thierse (SPD) mindestens die deutsche Buchkultur gefährdet, und Kulturministerin Monika Grütters (CDU) hält die „inakzeptable Methoden“ für „kulturpolitisch nicht hinnehmbar“. Doch wie gesagt – es ist mir nicht bekannt, daß Grütters oder Thierse je das kapitalistische System an sich in Frage gestellt hätten, dessen sich Amazon so effektiv bedient. Den Politikern geht es nur um einen Kulturkampf: Die Demokratie soll „marktgerecht“ zugerichtet werden, wie es die Kanzlerin fordert, die Wirtschaft soll weltweit mit harten Bandagen kämpfen, solange es den deutschen Konzernen nützt – nur die Buchbranche soll eine Insel der Glückseligen unter den schützenden Fittichen deutscher Kulturpolitiker bleiben.

Das Feuilleton pflegt derzeit den Mythos, dass sich Verlage und Buchhandlungen anders als Amazon durch „Menschenfreundlichkeit“ auszeichneten und ein „kulturelles Interesse“

hätten. Wer solche Märchen nachplappert, sollte sich mal mit Kleinverlegern unterhalten, die vergebens versuchen, ihre anspruchsvollen Bücher bei Buchhandelsketten wie Hugendubel oder Thalia ins Sortiment zu bekommen. Die Strategie, einzelne US-Konzerne an den Pranger zu stellen, soll von der Kartellbildung und Monopolisierung ablenken, die wir längst auf allen Ebenen der Kulturindustrie erleben, national wie international. Die Tonträgerindustrie ist in der Hand dreier weltweit operierender Konzerne, die etwa 80 Prozent des Weltmarktes bestimmen, und in Deutschland kontrollieren die vier großen Lebensmittelhändler Edeka, Lidl, Aldi und Rewe 85 Prozent ihres Marktes, und drei Verlagsgruppen beherrschen etwa 80 Prozent des deutschen Buchmarktes. Der Konzern Penguin Random House dominiert nach seiner Fusion im vergangenen Jahr ein Viertel des globalen Buchmarkts, und der Schriftsteller Dennis Johnson verweist darauf, daß dies wohl nur ein Teil der Wahrheit sein dürfte, er wettet, „daß Penguin Random House mindestens 50 Prozent der belletristischen Literatur kontrollieren“ werde – weltweit, wohlgemerkt. Der schwedische Verlagskonzern Bonnier, der im Zentrum der deutschen Amazon-Auseinandersetzung steht, ist ein ebenfalls multinational arbeitender Großkonzern, zu dem 175 Firmen in 20 Ländern gehören, darunter in Deutschland Ullstein, Piper, Thienemann und Carlsen. Hier kämpfen Großkonzerne untereinander um größere Anteile am Kuchen.

Nicht Amazon ist das Problem, sondern die Monopolisierung der gesamten Kulturindustrie. Und der vehemente Ruf nach der Kartellbehörde, wie ihn Schriftsteller wie Daniel Kehlmann formulieren, greift in einem längst oligopolen Buchmarkt zu kurz – zumal die Politik das deutsche Kartellrecht in den vergangenen Jahren verwässert hat. Sie hat die Schwelle, ab der nach dem Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen (GWB) der Missbrauch einer marktbeherrschenden Stellung eines Konzerns angenommen wird, 2012 von 33 auf 40 Prozent Marktanteil angehoben. Selbst diese Schwelle gilt Experten nur als Kosmetik, denn im Gegensatz zum schärferen EU-Recht bietet dieser Prozentsatz in Deutschland lediglich eine gesetzliche Vermutung, die marktstarken Unternehmen die Pflicht zum Gegenbeweis auferlegt. Außerdem schreibt das GWB eine Kontrollpflicht bei Fusionen vor, wenn die zurechenbaren weltweiten Umsatzerlöse der fusionierenden Unternehmensgruppen mehr als 500 Millionen Euro betragen. Vor diesem Hintergrund ist die Beschwerde gegen Amazon, die der Lobbyistenverband der Verlage und Buchhändler, der Börsenverein des Deutschen Buchhandels, bei der Kartellbehörde eingereicht hat, nicht mehr als ein Marketinggag – da kann man noch so sehr von „Nötigung“ und „Erpressung“ schwafeln, wie es der Börsenverein tut. Und ob der Börsenverein mit ähnlicher Verve gegen das Bertelsmann-Verlagsmonopol angeht?

Natürlich hat Amazon eine ausgesprochen starke Marktstellung beim Vertrieb von elektronischen Büchern (etwa 40 Prozent) und im Onlinebuchhandel insgesamt (man schätzt

zwischen 70 und 80 Prozent). Allerdings hat der Onlinebuchhandel hierzulande nur einen Marktanteil von weit unter 20 Prozent des gesamten Buchhandels. Renommiertere Wirtschaftsrechtler wie Daniel Zimmer, der auch Vorsitzender der Monopolkommission ist, weisen darauf hin, daß „auch ein marktbeherrschendes Unternehmen hart und zum eigenen Vorteil verhandeln darf“ („FAZ“). Und wenn Amazon sich gegenüber Verlagen bisher mit einer bestimmten Gewinnmarge zufriedengegeben habe, heißt das nach Zimmers Ansicht nicht, daß diese Gewinnmarge „für alle Zeiten als angemessen gelten“ müsse.

Vor allem aber haben die Verlage laut Zimmer mit E-Books bisher ein sehr auskömmliches Geschäft gemacht haben und die Kostenvorteile gegenüber gedruckten Büchern in der Regel nicht an die LeserInnen weitergegeben. Genau: Warum sind die Bücher eigentlich so teuer? 1932 schrieb Kurt Tucholsky an seinen Verleger Ernst Rowohlt: „Macht unsere Bücher billiger! Macht unsere Bücher billiger! Macht unsere Bücher billiger!“ Die Älteren unter uns werden sich noch daran erinnern, daß bis weit in die 70er Jahre hinein dieses Zitat als Aufmacher von Werbeanzeigen für Pfandbriefe und Kommunalobligationen in den rororo-Taschenbüchern zu finden war. Nun sind die Kosten bei Buchherstellung und -vertrieb beträchtlich – die Buchhandlungen erhalten bis zu 40% Rabatt, die Bücher müssen lektoriert und gedruckt werden, der Vertrieb erhält seinen Anteil, Lagerräume müssen bezahlt werden. Es gibt wenig Einsparmöglichkeiten – allerdings: die E-Books bieten die Möglichkeit, Bücher billiger zu machen. Die Verlage sparen die Druck- und Lagerkosten, und auch der Vertrieb ist um etliches günstiger.

Die Musikindustrie hat das längst verstanden, selbst beim teuren iTunes-Vertriebskanal von Apple kosten komplette Alben nur etwa 50 bis 60 Prozent des Verkaufspreises einer CD. Und in den USA werden E-Books längst weit günstiger angeboten als hierzulande, wo sie immer noch gerne verteufelt werden – als ob ein Buch immer aus Papier sein müsse, um ein Kulturgut zu bleiben, und als ob es nicht die Sache der LeserInnen sei, selbst zu entscheiden, auf welchem Medium sie ihre Bücher lesen wollen.

Das E-Book hat jedenfalls eine Vielzahl von Vorteilen – vor allem ist es platzsparend, zumindest für diejenigen, die keinen Wert auf eine „Bildungstapete“ legen, mit der sie renommieren können. Wer viel auf Reisen ist, weiß es zu schätzen, daß er eine größere Auswahl von Büchern bei geringstem Gewicht auf seinem E-Book-Lesegerät im Gepäck mitnehmen kann (zumal man auch die ausgelesenen Bücher weiter problemlos mit sich herumtragen kann), und die bessere Lesbarkeit (man kann die Texte auf seinem E-Book vergrößern oder auch problemlos in der Dämmerung lesen) ist sowieso ein immenser Vorteil. Mag sein, daß die Haptik für das Buch spricht – auch mir geht es so, daß ich bestimmte Bücher gerne zusätzlich (!) im Regal stehen habe, während es mir bei anderen völlig ausreicht, sie ausschließlich auf dem E-Book-Reader zu wissen – ganz so, wie ich heute viel

neue Musik erstmal bei Spotify höre und mir die Alben, die mir ganz besonders gut gefallen, meistens als Vinyl zulege. Was übrigens auch dazu führt, daß ich noch mehr Musik höre als zuvor, aber gleichzeitig weniger Musik kaufe – die Journalistin und Schriftstellerin Kathrin Passig beobachtet an sich das gleiche Phänomen als Leserin von E-Books. Passig kauft „nicht mehr auf Vorrat, weil sich die gefürchtete Lücke zwischen dem Ende eines Buchs und dem Beginn des nächsten jederzeit schließen läßt“, während sie früher – welcher eingefleischte Leser kennt dieses Phänomen nicht? – „aus spontaner Begeisterung für ein Thema oder aus Treue zum Autor Bücher unbesehen kaufte“. Gleichzeitig liest Passig mehr Bücher denn je komplett, sie liest „fast alles Gekaufte auch zu Ende. Das ist schön für die Autoren, aber weniger erfreulich für Verleger und Händler“, denn denen geht es ausschließlich darum, daß Bücher gekauft werden – wurscht, ob sie gelesen werden oder herumstehen.

So sehr mich die zunehmende Begeisterung vieler Musikliebhaber für die analoge Schallplatte mit ihrer besseren akustischen Qualität und ihren schöneren Cover-Artworks freut – der Marktanteil von Vinyl an der Gesamtauflage gekaufter Musik liegt weltweit bei etwa einem Prozent. Vinyl ist ein schönes Nischenprodukt, ist wirtschaftlich aber zu vernachlässigen. Ganz so wird es mit den Büchern nie werden – dennoch bin ich mir sicher, daß auch hierzulande, trotz aller Fortschrittsfeindlichkeit des Bildungsbürgertums (und selbst linke Verleger raunen schon mal von Brecht, der vom Buch als der „heiligen Ware“ gesprochen hat...), der Anteil digital gekaufter und gelesener Bücher den der gedruckten in absehbarer Zeit übersteigen wird (in den USA liegt der Anteil der E-Books am Gesamtmarkt bereits bei 39 Prozent, mit deutlich steigender Tendenz, hierzulande sind es derzeit noch wenig mehr als zehn Prozent).

Doch was machen die Verleger hierzulande? Die meisten ignorieren das E-Book. Sie wollen, daß die immer weniger werdenden LeserInnen die Bücher für viel Geld kaufen – eben auch aus den von Kathrin Passig angeführten Gründen, ein gekauftes Buch macht nun mal mehr Profit als ein gelesenes. Als Beispiel zwei Neuerscheinungen, „Die Regierung der Lebenden“ von Michel Foucault und „Über den Staat“ von Pierre Bourdieu: Beide Bücher enthalten Vorlesungen der Autoren, die bereits verstorben sind, am Collège de France. Beide sind im Suhrkamp Verlag erschienen, und beide sind extrem teuer: Der Foucault-Band kostet 48 Euro, der Bourdieu sogar 49,95 Euro. Beide Bücher fand ich in den Regalen der Berliner Buchhandlung meines Vertrauens zunächst nicht, und auf Nachfrage stellte sich heraus, daß die Buchhändler die Bände aus guten Gründen nicht in der Auslage präsentierten – weil diese teuren Bücher dort sonst geklaut würden... Nun, gewiß, solche Bücher haben in aller Regel keine großen Auflagen, bedürfen aber andererseits größter verlegerischer Aufmerksamkeit, müssen übersetzt werden (wobei zumindest die Bourdieu-Übersetzung vom Deutschen Übersetzerfonds gefördert wurde) und all das. Und daß das Urheberrecht

idiotischerweise die Erben und Rechteinhaber auch noch zig Jahrzehnte nach dem Tod der Autoren bedient, ist auch bekannt. Aber dennoch – müssen diese Bücher wirklich so teuer sein? Das verfügbare Nettoeinkommen von Studentenhaushalten beträgt monatlich 215 Euro – wollen Studenten also auch nur einen der schwergewichtigen Meilensteine dieser französischen Intellektuellen erwerben, geht fast ein Viertel ihres verfügbaren Geldes für eines dieser Bücher drauf. Eine Wahl haben sie nicht – von Foucaults Buch gibt es gar keine E-Book-Version, und das E-Book von Bourdieu's „Über den Staat“ kostet bei Suhrkamp immer noch EUR 43,99, ist also nicht einmal zwölf Prozent günstiger als die gedruckte Version.

Diese Preispolitik deutscher Verlage hat System. Das neue Buch von Byung-Chul Han über „Neoliberalismus und neue Machttechniken“ ist als E-Book-Download bei S. Fischer gerade einmal 10 Prozent billiger. Von den zehn „besten Sachbüchern“ des Monats August 2014 ist eines gar nicht als E-Book erschienen, während bei den meisten der Preis des E-Books zwischen zehn und dreizehn Prozent unter dem Preis der herkömmlich gedruckten Bücher liegt. Nur drei E-Books liegen etwa zwanzig Prozent unter dem Preis des gedruckten Buchs, darunter eines aus einem Kleinverlag (Robert Kindlers bei der Hamburger Edition erschienenenes „Stalins Nomaden“) und das populärwissenschaftliche Buch „Schluck. Auf Entdeckungsreise durch unseren Verdauungstrakt“.

Zum Vergleich: diejenigen dieser zehn Sachbücher, die auch in den USA erschienen sind, sind dort als E-Books drastisch günstiger als in ihrer gedruckten Version, nämlich zwischen gut 36 und fast 48 Prozent (wobei der Vergleich etwas hinkt, weil es in den USA keine Buchpreisbindung gibt und die Bücher mithin generell billiger sind).

Ganz egal, welche Bücher Sie suchen – Sie werden sie im Ausland als E-Book deutlich günstiger finden als hierzulande. Slavoj Žižeks „Das Jahr der gefährlichen Träume“ kostet bei S. Fischer gedruckt 19,99 und als E-Book 17,99 Euro. Die englische E-Book-Version kostet weniger als die Hälfte, 8,57 Euro. „Macht unsere Bücher billiger! Macht unsere Bücher billiger! Macht unsere Bücher billiger!“ Wann werden deutsche Verleger endlich einsehen, daß die erfreulichen Möglichkeiten, die die digitale Evolution nun einmal bereit hält, wenigstens zum Teil an die LeserInnen weitergegeben werden müssen – nicht zuletzt, weil Bücher auch als E-Books Kulturgüter sind und deshalb möglichst vielen Menschen zu einem bezahlbaren Preis zur Verfügung gestellt werden müssen?

Daß sich die Autoren ausgerechnet mit Großkonzernen solidarisieren in deren Kampf um höhere Gewinnanteile gegen einen anderen Großkonzern, kann nur Kopfschütteln verursachen. Doch auch diesen Kummer ist man als Beobachter der Monopolisierungskämpfe innerhalb der Kulturindustrie längst gewohnt: Auch in der Auseinandersetzung um das Urheberrecht haben die Künstler hierzulande bereits die Sache

der Konzerne zu ihrer eigenen gemacht – immer zum Nachteil der Konsumenten. Das könnte den Künstlern auf die Füße fallen: Denn wenn Amazon und die Verlagsgruppen in absehbarer Zeit einen Kompromiss ausbaldowern, könnte der durchaus zulasten des schwächsten Glieds in der sogenannten Wertschöpfungskette gehen, nämlich der Autoren, die meist sowieso schon auf prekärem Niveau arbeiten. War ein zehnprozentiger Honoraranteil am Netto-Ladenverkaufspreis lange Zeit förmlich in Stein gemeißelt, so wird dieses Honorar seit einigen Jahren systematisch unterboten. Viele Verlage bieten den Autoren nur noch acht, manche gar bloß noch sieben Prozent. Rechnen Sie mal nach: Wenn ein Buch 20 Euro kostet, erhält ein Autor bei einem zehnprozentigen Autorenhonorar pro verkauftem Buch 1,86 Euro, bei einem sieben- oder achtprozentigen Honorar noch weniger – alles andere als ein fürstliches Gehalt. Würde das Buch tausend Exemplare verkaufen, hätte dieser Autor ein Honorar von 1.860 Euro, das er natürlich noch versteuern müsste (die Sozialabgaben trägt er als selbständiger Künstler sowieso selbst, auch wenn einen Teil die Künstlersozialkasse übernimmt). Nun gibt es viele Bücher, die für weniger als 20 Euro verkauft werden, während vom deutlichen Gros der in Deutschland erscheinenden Bücher weniger als eintausend Exemplare verkauft werden. Sie können sich ausmalen, daß die Honorare der meisten Autoren erbärmlich sind und keinesfalls zum Leben ausreichen – erst recht nicht, wenn die Autoren dem Honorardumping der Verlage ausgesetzt sind (die Erfolgsautoren, die sechsstelligen Jahreseinnahmen erzielen, bestätigen als Ausnahme diese traurige Regel).

Das Feuilleton berichtet seit geraumer Zeit in allen Details über die Auseinandersetzung um die Besitzverhältnisse eines renommierten deutschen Verlages, während über die soziale Situation der Autoren, der Urheber in aller Regel Stillschweigen herrscht. Auch in der Diskussion um das Urheberrecht breitet man dort in aller Regel die Probleme der Tonträgerfirmen aus, während man die finanzielle Situation der meisten Musiker weitgehend ignoriert. In der Google- und Leistungsschutzdiskussion wurden zwar ausführlich die Probleme der Verlage erörtert – daß diese aber viele Redakteure entlassen und ihren freien Autoren in der Regel längst nur noch Buy-out-Honorare zahlen, bei denen alle Nutzungsrechte an Texten ohne weitere finanzielle Kompensation an die Verlage übergehen, fand kaum Erwähnung.

Kurz: Die Öffentlichkeit läßt sich von den Lobbyisten der Kulturindustrie wieder einmal narren. Amazon wird als Feind der deutschen Buchkultur dämonisiert, nicht zuletzt, um von der längst flächendeckenden Monopolisierung der Buchbranche abzulenken. Mitunter wird Amazon gar im Brustton der Empörung vorgeworfen, daß der Konzern seine Steuern in Luxemburg zahle und plane, seinen Versand nach Polen zu verlagern – ganz so, als ob es nicht selbstverständlich ist, daß ein kapitalistischer Konzern in einem kapitalistischen System

alle Möglichkeiten nutzt, seine Kosten zu mindern und seine Profite zu steigern. Wer dies ändern will und nicht daran glaubt, daß das geltende Wirtschaftssystem ad hoc abzuschaffen ist, sollte nicht auf die mediale Irreführung und die apolitische Diskussion in den Feuilletons hereinfließen, sondern das Primat der Politik einfordern. Erste Schritte könnten sein:

- Steuerschlupflöcher innerhalb der EU müssen gesetzlich gestopft werden.
- Der ermäßigte Mehrwertsteuersatz für Bücher (7 statt 19 Prozent) muß auch für E-Books gelten. Nicht der Druck eines Buches macht es zum förderungswürdigen Kulturgut, sondern sein Inhalt.
- Verbraucherschutz muß her in der digitalen Welt! Auf E-Books bezogen: Der Datenschutz muß beim Lesen von E-Books sichergestellt werden. „Big Data“ muß beim Lesen von E-Books zustimmungspflichtig werden. Die Verkäufer von E-Books verfolgen das komplette Lese- und Nutzerverhalten, ohne daß die LeserInnen eine Möglichkeit haben, dies zu unterbinden. Und daß Konzerne wie Amazon sich das *Verleihen* ihrer E-Books teuer bezahlen lassen, ist nicht hinnehmbar – der Käufer von E-Books besitzt selbige ja nicht, sondern leiht sie lediglich aus. Sollte er sein Kundenkonto bei Amazon löschen, werden all seine teuer erworbenen E-Books von seinem Lesegerät gelöscht – so will es das Kleingedruckte in den Geschäftsbedingungen des Konzerns. Das wäre so, als würde eine Buchhandlung, bei der ich nicht mehr einkaufen mag, alle Bücher, die ich bei ihr gekauft habe, aus meinem Regal klauen.

Doch leider erschöpfen sich die Aktivitäten der Bundeskulturministerin im Unterzeichnen populistischer Petitionen. Ihre Inkompetenz verrät die Bundeskulturministerin aktuell im Interview mit der „Welt“, in dem sie behauptet, es gebe „momentan noch rund 3.500 inhabergeführte Buchhandlungen in Deutschland“ – es sind laut „Berliner Zeitung“ nur noch 700. Aber selbst das Signet „inhabergeführt“ steht natürlich nicht automatisch für Liebe zum Buch, für das Eintreten für unbekannte Autoren und Kleinverlage. Wer wissen will, wie das Buchgeschäft funktioniert, der spreche mit den Verlagsvertretern. Einer gab mal zum besten, die meisten Buchhändler würden sich wohler fühlen, wenn sie Seife verkaufen könnten. Und in der Tat sehen die inhabergeführten Buchhandlungen in der Provinz mitunter so aus, als ob ihnen das Anpreisen von Schlüsselanhängern und Tarotkarten wichtiger ist als der Einsatz für das gute Buch.

Doch auch von den Verlagen sollten wir als LeserInnen unsere Rechte einfordern: Macht die Bücher billiger! Aber auch: sorgt dafür, daß wir, wenn wir Bücher für viel Geld erwerben, selbst entscheiden können, mittels welchen Mediums wir unsere Bücher lesen wollen! Es sollte selbstverständlich sein, daß jemand, der ein Buch als Originalerscheinung kauft, automatisch einen kostenlosen Download-Code erhält, mit dem er das Buch zusätzlich auf sein E-Book downloaden kann, wenn er das möchte. Bei seriösen und pfiffigen Plattenfirmen

ist das längst guter Brauch, und der Käufer einer Schallplatte erhält zusätzlich zu seinem Vinyl entweder, seltener, eine beigelegte CD mit dem gleichen Inhalt (weil die CD eben ein Billigprodukt ist), oder, in der Regel, einen Downloadcode, damit er die käuflich erworbene Musik auf seine Mobilgeräte downloaden und dort und auf dem Abspielgerät hören kann, wo er oder sie es will. Solch ein Service sollte im 21. Jahrhundert eigentlich selbstverständlich sein. Merke, liebe Verlage: Die LeserInnen sind diejenigen, die euer Überleben garantieren. Es empfiehlt sich, uns, die LeserInnen, pfleglich zu behandeln...