

CHINA

Informationen zum Buchmarkt in China

Mit diesem Bericht möchten wir einen Überblick über den Buchmarkt Festland-Chinas geben, dabei haben wir stets die deutschsprachigen Leser vor Augen.

- / Der chinesische Buchmarkt ist komplex und verändert sich schnell, sowie das Land China auch. Daher können wir weder Korrektheit noch Vollständigkeit garantieren.
- / Unser Bericht basiert auf verfügbaren öffentlichen Informationen, eigener Recherche, Beobachtungen und intensivem Austausch mit Branchenvertretern.
- / Seit der letzten Aktualisierung des Berichts in 2012 haben wir zahlreiches Feedback von Lesern bekommen. Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit! Ihre Anmerkungen und Fragen sind weiterhin herzlich willkommen (info@biz-beijing.org). Die nächste Aktualisierung ist für das Frühjahr 2015 geplant.
- / Falls Sie vorhaben, aus dem Bericht zu zitieren, führen Sie bitte zumindest das BIZ Peking und als Titel des Berichts „Buchmarkt China 2014“ an. Wenn Sie Textstellen im größeren Ausmaß aus dem Bericht zitieren, setzen Sie uns bitte davon in Kenntnis.

Teil 1: Verlagslandschaft

Zusammenschluss der Regulierungsbehörden

Die höchste Institution für das Publikationswesen in China ist die [State Administration of Press, Publication, Radio, Film and Television of China \(SAPPRFT\)](#) in Peking, die dem Staatsrat untersteht. Im März 2013 wurden das staatliche Büro für Presse und Publikation (GAPP) sowie das staatliche Amt für Rundfunk, Film und Fernsehen (SARFT) zu einer einzelnen Medienregulierungsbehörde zusammengeschlossen. Dies ist Teil der institutionellen Reform und Funktionsänderung des Staatsrats und soll die Reform der kulturellen Institutionen vertiefen sowie ihre Ressourcen optimieren. Einige Experten sind der Meinung, die Zusammenlegung sei mit dem Ziel vollzogen worden, Anreiz für die Bildung großer und mächtiger Unternehmensgruppen im Bereich Cross-Media zu bieten.

Auf Provinz- und Kreisebene gibt es als Vertretung der SAPPRFT Zweigstellen-Büros, die intern analog zu dieser strukturiert sind. Zu den Hauptaufgaben der SAPPRFT im Bereich Verlagswesen zählen das Erarbeiten eines Gesamtplans für das nationale Publikationswesen, das Erlassen von Regelungen, die Überwachung und Hilfestellung bei der Umsetzung dieser Vorschriften, die Prüfung und Genehmigung von Anträgen zur Gründung von neuen Verlagen und von Unternehmen in den Bereichen Druck und Vertrieb sowie die Überwachung des Import- und Exportgeschäfts. Mit anderen Medienbranchen zusammen ist die Verlagsbranche zusätzlich unter der direkten Kontrolle des [Publicity Department of the Communist Party of China](#).

Segmentierte Verlagslandschaft

Chinas Buchmarkt hat in den letzten 20 Jahren große Veränderungen erfahren. Im Vergleich zu den 80er und 90er Jahren ist die derzeitige chinesische Buchbranche sehr viel offener. Trotzdem bleibt die Verlagsindustrie einer der vom Staat am stärksten kontrollierten Industriezweige. Die Verlagslandschaft besteht aus zwei Arten von Verlagen: staatlichen Verlagen und sogenannten privaten Verlagen.

Zurzeit gibt es in China **580 offizielle Verlage**, die allesamt staatlich sind. Die Zahl der offiziellen Verlage ist seit Jahren annähernd unverändert, weil Verlagsgründungen einem strengen Antragsverfahren beim zuständigen Ministerium der Zentralregierung, SAPPRT (State Administration of Press, Publication, Radio, Film and Television of China) unterliegen. Das Verlagszentrum ist Peking. Über 40% der chinesischen Verlage haben ihren Sitz in der Hauptstadt, Shanghai folgt an zweiter Stelle, liegt mit nur etwa 7% aber weit hinter Peking.

Innerhalb der 580 staatlichen Verlagen unterscheidet man zwischen zwei Hierarchiestufen: Die „zentralen“ Verlage (220) gehören direkt einem Ministerium oder einer Regierungsinstitution an, sind also auf höchster Ebene angesiedelt, und haben ihren Hauptsitz in Peking (wie z.B. die [Foreign Language Teaching and Research Press](#), [Commercial Press](#), [People's Publishing House](#)). Die „regionalen“ Verlage (360) sind auf Provinzebene angesiedelt und haben ihren Sitz, bis auf wenige Ausnahmen, in den Provinzhauptstädten (wie z.B. [Hunan Fine Art Press](#) aus der Provinz Hunan, [21st Century Publishing House](#) aus der Provinz Jiangxi, etc.). Diese geschichtlich gewachsene Struktur wird in Zukunft weiterhin in großem Maße die Marktbeziehungen beeinflussen.

Jede Provinz bekam früher zu bestimmten Themenbereichen (wie Politik und Recht, Erziehung/Ausbildung/Pädagogik, Literatur, Kunst, Wissenschaft & Technik, Kinder- und Jugendbuch) jeweils einen Verlag zugeteilt, wodurch dessen Programmausrichtung offiziell festgelegt wird. Während des Transformationsprozess wurden diese Einschränkungen gelockert, mehr dazu siehe bitte unten unter dem Titel „[Abgeschlossener Transformationsprozess](#)“.

Bis heute sind **private Verlage** offiziell nicht erlaubt. Dennoch ist die Zahl der quasi privaten Verlage, die unter dem Deckmantel einer „Kultur-Agentur“ wie ein Verlag arbeiten, in den letzten Jahren kontinuierlich gestiegen. Zur Anzahl privater Verlage gibt es keine offizielle Statistik. Sie publizieren ohne eigene ISBN-Nummern, die zu einer handelbaren Ware zwischen den privaten und staatlichen Verlagshäusern auf dem unsichtbaren Markt gehören. Das heißt, Private müssen mit staatlichen Verlagen „zusammenarbeiten“ und jedes Buch erscheint unter dem Namen eines offiziellen Verlags. Die privaten Verlage nehmen auf dem chinesischen Markt eine sehr einflussreiche Rolle ein und weisen ein hohes Maß an Professionalität und Marktorientierung auf. Auch die SAPPRT versucht, die Produktivität der privaten Verlagshäuser zu nutzen. Seit 2010 bewegt sich die Zusammenarbeit zwischen den staatlichen und privaten Verlagen nicht mehr nur auf der Ebene des Handels von ISBN-Nummern: Bedeutende private Verlage werden zum Teil von kapitalstarken staatlichen Verlagsgruppen aufgekauft oder aktienbeteiligt (wie z.B. [Boji Tianjuan](#), das von der Verlagsgruppe [China South Publishing and Media Group](#) gekauft wurde).

Eine Reihe großer internationaler Verlagsgruppe verfügen über Tochtergesellschaften oder Repräsentanzen unterschiedlicher Größenordnung und Form (wie z.B. [Pearson](#), [Reed Elsevier](#), [Thomson](#), [Wolters Kluwer](#), [Bertelsmann](#), Hachette, [McGraw-Hill](#), Harper Collins, [Springer](#), [Oxford University Press](#)).

Die Verlagsbranche ist weiterhin für ausländische Investitionen, wie die Bereiche Vertrieb und Druck, nicht so weit geöffnet, es gibt aber inzwischen immer mehr Möglichkeiten für die internationale Zusammenarbeit. Hierzu gehören die einmalige Zusammenarbeit (z.B. Koproduktionen und Koeditionen einzelner Titel, besonders im naturwissenschaftlichen Bereich), die langfristige Zusammenarbeit (v.a. bei Zeitschriften), oder Joint Ventures, wobei der chinesische Eigentumsanteil der größte sein muss. Eine Tätigkeit im Verlagswesen darf zwar auf der offiziellen Geschäftslizenz des Joint Ventures nicht erscheinen, ist aber faktisch in der gleichen Weise wie für die „Kultur-Agentur“ möglich (wie z.B. das [JV Hachette/Phoenix](#) und das neuste [JV MairDumont/BeijingPublishing Group](#)). Chinesische Verlage, besonders die staatlichen, zeigen seit einigen Jahren starkes Interesse an Joint Venture Gründungen mit internationalen Partnern.

Abgeschlossener Transformationsprozess

Der Beitritt Chinas zur WTO im Dezember 2001 hatte einschneidende und langfristige Auswirkungen auf die Kulturindustrie. 2003 haben die Reformen im kulturellen Sektor begonnen. Durch sie wurden hunderte frühere Regierungsabteilungen - Publikationshäuser, Theater u.Ä. - von öffentlichen Institutionen in Wirtschaftsunternehmen umgewandelt, die nach Marktregeln operieren und arbeiten. Um den öffentlichen Verlagen zur Konkurrenzfähigkeit - sowohl gegenüber privaten Verlagen als auch gegenüber internationalen Verlagen - zu verhelfen, wurden von der chinesischen Regierung vor allem zwei Maßnahmen beschlossen: Zum einen wurden mehrere Verlage zu Verlagsgruppen zusammengeschlossen, in der Hoffnung, durch eine bessere Nutzung der Ressourcen an Konkurrenzfähigkeit zu gewinnen. So gibt es inzwischen **32 Verlagsgruppen**. Zum anderen wurde festgelegt, dass sich das Verlagswesen stärker am Markt orientieren soll. Dafür wurden die chinesischen Staatsverlage bis Ende 2010 allmählich zu Wirtschaftsunternehmen umgestaltet. Mit Ausnahme einiger öffentlicher Verlage (für Politik und Ideologie, Nationale Minderheiten und Behinderte) gilt dieser Wechsel von öffentlicher Institution zu Wirtschaftsunternehmen für alle chinesischen Staatsverlage. Die erste Phase der Umstrukturierung dauerte acht Jahre (2003-2010) und sollte als Grundstein für weitere Reformen gelten.

Während des Transformationsprozesses erhielten die Verlagsgruppen sowie die einzelnen Verlage großzügige Subventionen. Sie profitierten von finanzpolitischen Hilfestellungen - unter anderem erhielten sie Immobilien zu niedrigen Preisen, große Bankkreditvolumen, sowie die Berechtigung zum Börsengang. Beschränkungen wurden gelockert, wie beispielsweise in Bezug auf die Anzahl verfügbarer ISBN-Nummern und spezifische Programmausrichtungen. Die Verlagsgruppen dürfen ihr Geschäft diversifizieren, dürfen ihre Geschäftstätigkeit auf Immobilien, Tourismus, Hotels und Warenhandel ausdehnen. Nach dem Transformationsprozess sollten den Verlagen aber keine Finanzmittelzuweisungen mehr zustehen.

Acht Verlagsgruppen sind inzwischen börsennotiert. 2014/15 steht eine weitere Runde IPOs bevor. Bei vielen Verlagsgruppen ist ein starker Fokus auf den Gang an die Börse zu beobachten und ebenso der entsprechenden Strategien zur Aufwertung des Unternehmensvermögens.

Verlagsranking

Top 10 der chinesischen Verlagsgruppen (gesamt: 32 Verlagsgruppen). Gesamtranking nach betrieblichen Erträgen, betrieblichem Vermögen, Buchwert des Unternehmens, Gesamtprofit:

1. [Jiangsu Phoenix Publishing & Media](#)
2. [Hunan Publishing Investment Holding Group](#)
3. [China Education Publishing & Media Group](#)
4. [Shandong Publishing Group](#)
5. [Anhui Publishing Group](#)
6. [Zhejiang Publishing United Group](#)
7. [Jiangxi Publishing Group](#)
8. [Hebei Publishing & Media Network](#)
9. [China Publishing Group Corp.](#)
10. [Guangdong Publishing Group](#)

Jiangsu Phoenix Publishing & Media, Hunan Publishing Investment Holding Group, Anhui Publishing Group und Shandong Publishing Group verfügen über Betriebseinnahmen (prime operating revenue) und Unternehmensvermögen von jeweils über 10 Mrd. RMB Yuan, eine wichtige Kennzahl für Kulturpolitiker.

Im „[Global Ranking of the Publishing Industry](#)“ Ranking, vom unabhängigen Analysten Rüdiger Wischenbart verfasst, fließen nur Zahlen aus der Verlagstätigkeit der weltweit größten 60 Verlagsgruppen ein; hier liegt die China Publishing Group (CPG) auf Platz 22 noch vor der Phoenix Publishing and Media Group (Platz 23). Die China Education and Media Group schafft es als einziger weiterer chinesischer Verlag auf Platz 30. Mit anderen Worten: Wenn nur die Verlagstätigkeit betrachtet wird, sind zur Zeit **die China Publishing Group**, die Phoenix Publishing and Media Group und die China Education and Media Group die **Top-3 Verlagsgruppen Chinas**.

Bis Ende 2012 waren die folgende Verlagsgruppen börsennotiert: Jiangsu Phoenix Publishing & Media, China South Publishing & Media Group, [Northern United Publishing & Media Group](#), [Chinese Universe Publishing and Media Co.](#), [Changjiang Publishing and Media](#), Time Publishing & Media Group and [Central China Land Media](#).

Top Ten der chinesischen Verlage von insgesamt 580 Verlagen nach betriebswirtschaftlichem Ergebnis:

1. [People's Education Press](#) (Schwerpunkt: Bildung)
2. [Higher Education Press](#) (Bildung)
3. [Chongqing Publishing Group](#) (Allgemein/Bildung und Publikum)
4. [Foreign Language Teaching and Research Press](#) (Bildung)
5. [Science Press](#) (STM)
6. [People's Medical Publishing House](#) (STM)
7. [China Machine Press](#) (STM, Sachbuch)
8. [Jiangsu Education Publishing](#) (Bildung)
9. [China Light Industry Press](#) (Fachbuch, Sachbuch, Ratgeber)
10. [Beijing Normal University Publishing Group](#) (Bildung)

Wachsender Markt

Die Buchmarkt-Statistiken sind mit Vorsicht zu genießen. Aus vielen Gründen, wie der relativen Komplexität des Buchmarkts und dem Einfluss des ehemaligen Systems, verfügt China bis jetzt noch nicht über eine zuverlässige und vollständige Statistik, die alle staatlichen und privaten Verlage und Vertriebskanäle abbildet. Das gilt besonders dort, wo es um Umsatz geht, wie z.B. den Gesamtumsatz von Buchhandlungen bzw. Verlagen in einem Jahr. Viele Statistiken stützen sich ausschließlich auf den aufgedruckten Buchpreis und nicht auf die tatsächlichen Verkaufspreise.

Laut SAPPRFT haben staatliche Verlage zusammen mit den „privaten Verlagen“ im Jahr 2012 mehr als 414.000 Titel publiziert, davon sind ca. 58% neue Titel. Der Gesamtumsatz betrage 72,35 Milliarden Yuan, was einen Anstieg von 12,28% im Vergleich zum letzten Jahr bedeute. (Quelle: [China Publisher's Yearbook 2013](#)).

Eine alternative Datenquelle sind die Analysen des führenden Informationsdienstleister „[Open Book](#)“: Dieses Unternehmen sammelt und untersucht Daten des chinesischen Bucheinzelhandels in großen und mittelgroßen Städten. Die Teilnahme der Buchhändler an diesen Studien ist freiwillig, sodass bei weitem nicht der ganze Markt abgedeckt werden kann. Es können aber Rückschlüsse durch vorhandene Daten auf den Gesamtmarkt gezogen werden.

Programmsegmente

Offiziell werden chinesische Bücher in **22 Kategorien** eingeteilt, unter Verlagen ist jedoch folgende Aufteilung in acht Marktsegmente üblich: Sozialwissenschaften, Naturwissenschaft & Technik, Kunst & Literatur, Kinder- und Jugendbuch, Chinesische Klassiker, Erziehung/Ausbildung/Pädagogik, Fachbücher, Nachschlagewerke. Eine Unterscheidung nach Hardcover-, Broschur- und Taschenbuchausgaben wird nicht getroffen.

Anhand einer Analyse von Umsatzzahlen von Sortimentern, die an [Open Book](#) teilnehmen, lässt sich die Entwicklung der chinesischen Nachfrage 2013 in einigen wichtigen Kategorien miteinander vergleichen (Gesamtprozentzahl <100%): Sozialwissenschaft 18,2%, Kinder- und Jugendbuch 16,5%, Belletristik 11,1%, Naturwissenschaft und Technik 8,2%, Sprache 8,0%, Ratgeber 5,0%, Kunst 4,7%.

Kinder- und Jugendbuch

Es gibt in der Volksrepublik derzeit 30 Verlage, die sich auf die Veröffentlichung von Kinder- und Jugendbüchern spezialisiert haben. Zahlreiche weitere Verlage haben Kinder- und Jugendbücher mit ins Programm genommen. In den letzten Jahren wuchs der Umsatz des Kinderbuchmarkts durchschnittlich um knapp 7-8% pro Jahr und erreichte 2012 einen Anteil von 16,5% am Gesamtbuchmarkt im Einzelhandel.

Die Branche profitiert in besonderem Maße von der hohen Bevölkerungszahl. Nach staatlichen Erhebungen liegt die Bevölkerungsanzahl im Alter von null bis 14 Jahren in China aktuell bei rund 223 Millionen, was einem Anteil von etwa 16,45% der chinesischen Gesamtbevölkerung entspricht. Jährlich gibt es zudem etwa 16 Millionen Neugeburten.

Lehr- und Schulbücher

Eine Besonderheit des chinesischen Buchmarktes ist der extrem hohe Anteil von Schul- und Lehrbüchern, die nicht zu den „normalen“ Büchern gezählt, sondern - wie auch die Bildkarten - als eigene Kategorie betrachtet werden. 93% der chinesischen Verlage haben Schul- und Lehrbücher in ihrem Programm. Im Jahr 2012 wurden 81.271 Lehrbücher verlegt (davon 28.363 Neuerscheinungen). Bisher verzerren Lehrbücher den Verlagsmarkt etwas, sie stellen mehr als 50% der verkauften Titel und fast 50% des Gesamtumsatzes dar. Inklusiv der Kategorie der „Lernhilfen“ (Verwendung außerhalb des Unterrichts) kommen Bildungsbücher so auf ca. 65% des gesamten Umsatzes. Dies deutet einerseits darauf hin, dass die chinesische Verlagsindustrie von Lehrbüchern geradezu „ungesund“ abhängig ist, andererseits, dass der Publikumsmarkt noch großes Potential hat.

Lizenzhandel zwischen Deutschland und China

Der chinesische Markt hat sich in den letzten Jahren immer weiter geöffnet. Die steigenden Lizenzverkäufe nach China in den letzten Jahren zeigen, dass das Interesse an Büchern aus dem Ausland wächst und damit auch die Chancen für deutsche Verlage steigen. Im Jahr 2012 erwarb China insgesamt 16.115 Buchtitel aus dem Ausland. Davon stammten 4.944 aus den USA, 2.581 aus England, 874 aus Deutschland, 835 aus Frankreich, 2.006 aus Japan und 1.209 aus Korea (Quelle: China Publisher's Yearbook 2013).

2009 lag die Zahl der von Deutschland nach China verkauften Lizenzen bei 491, China befand sich damit bei deutschen Lizenzverkäufen im Ranking auf dem zweiten Platz. Im Jahr 2010-2012 rückte China mit jeweils 789/1.072/1.050 Titeln als wichtigster Lizenznehmer hoch auf den ersten Platz und sicherte sich damit einen Anteil von 15,3% im Jahr 2012 an den gesamten Lizenzverkäufen Deutschlands. Von den 1.050 Titeln waren 4,1% belletristische Titel (43), 53,3% Kinder- und Jugendbücher (560), 15% Sachbücher (157) und 23,4% Fachbücher (246). Im chinesischen Sprachraum wurden insgesamt 1.141 Titel verkauft (Taiwan 80, Hongkong 11) (Quelle: Buch und Buchhandel in Zahlen 2013).

Das Interesse an klassischer deutscher Literatur und geisteswissenschaftlichen Werken in China ist seit jeher sehr groß. Deutschland gilt als das Land der Dichter und Philosophen. Aber auch Kinder- und Jugendbücher sind sehr gefragt. Die deutsche Gegenwartsliteratur, andererseits, hat es, abgesehen von einigen wenigen Ausnahmen wie Günter Grass oder Bernhard Schlink, immer noch schwer, sich in China durchzusetzen - wie in anderen Ländern auch. Übersetzungen aus Großbritannien und den USA sind in China zahlenmäßig weitaus häufiger vertreten. Das heißt: Deutsche Autoren müssen in China erst eingeführt und bekannt gemacht werden. Hinzukommt, dass es das Vorurteil zu bekämpfen gilt, deutsche Gegenwartsliteratur sei zu analytisch und wenig unterhaltend.

Probleme mit chinesischen Geschäftspartnern

Auch wenn sich der chinesische Markt allmählich öffnet, bestehen nach wie vor umständliche Wege über Institutionen und Instanzen, die zu Verzögerungen bei Geschäftsprozessen führen können. So gehen z.B. Zahlungen an ausländische Verlage nicht pünktlich ein, weil erst Devisen beantragt werden müssen. Entscheidungswege können sehr lange dauern, weil immer wieder bürokratische Hürden zu nehmen sind. Man bekommt keine Belegexemplare, weil diesem Teil des Vertrags keine große Bedeutung beigemessen wird, Honorare werden wegen unkoordinierter Arbeitsabläufe unregelmäßig abgerechnet, Ansprechpartner der chinesischen Seite wechseln unter Umständen häufig. Mit der allmählichen Lockerung der staatlichen Kontrolle und der zunehmenden Professionalisierung des

Verlagswesens gleichen sich allerdings chinesische Geschäftspraktiken zunehmend internationalen Standards an.

Copyright

Von 1949 bis 1991 gab es in der Volksrepublik China kein Urheberrechtsgesetz, weshalb sich das Bewusstsein für den Schutz von „geistigem Eigentum“ erst sehr viel später als in Deutschland entwickelt hat. Hinzukommt, dass man den Stellenwert und die Bedeutung von „geistigem Eigentum“ in Schwellenländern wie China lange Zeit anders bewertete. Erst 1990 wurde ein Urheberrechtsgesetz erlassen, das seit Juni 1991 in Kraft ist, 1992 unterzeichnete die VR China das Internationale Urheberrechtsabkommen und trat der Berner Konvention bei. Trotz Überarbeitungen ist das Copyright-Gesetz noch nicht ausgereift, Raubdrucke sind immer noch ein gravierendes Problem, das auch in den kommenden Jahren bestehen bleiben wird. Besonders Bestseller sind davon betroffen. Seit dem WTO-Beitritt sind die staatlichen Stellen jedoch gezwungen, verstärkt dagegen vorzugehen. Bei Verlagen ist immerhin inzwischen das Bewusstsein dafür geweckt, Rechte einzuklagen, wenn man auf Raubdrucke eigener Publikationen stößt.

Die zuständige Behörde für den Schutz des Urheberrechts ist die [National Copyright Administration of China](#) (NCAC), die der SAPPRFT angehört. Auf Provinz- und Kreisebene gibt es - analog zur Struktur der SAPPRFT - Copyright-Büros, die der NCAC unterstehen.

Teil 2: Buchhandel und Digitalisierung

Buchhandel

Innerhalb des chinesischen Buchmarktes sind die Vertriebs- und Einzelhandelsmärkte für das private (seit 2003) und das internationale Geschäft (seit 2011) vollständig und in allen Bereichen geöffnet worden.

In China gibt es **keine Buchpreisbindung**. Im Vergleich zu den westlichen Ländern ist der Buchpreis in China relativ günstig, insbesondere jener von Publikumspublikationen, gleichwohl dieser über die letzten Jahre hinweg merkbar gestiegen ist. Bücher in den Sparten Belletristik/Ratgeber/Sachbuch kosten im Durchschnitt 20-35 Yuan (2,5-4,3 Euro), Kinderbücher 15 Yuan (ca. 2 Euro) - bei Betrachtung realer Verkaufspreise nach Rabatt.

Vertriebshauptkanäle

Es gibt drei Hauptkanäle für den Vertrieb: Die staatlichen Xinhua Bookstores, private Buchhandlungen und Online Buchhandlungen.

Die [Xinhua Bookstores](#) werden häufig als nationale Buchhandelskette missinterpretiert. Xinhua ist heute nur eine Marke, bzw. ein namentlicher Zusatz der staatlichen Buchhandlung. Die Xinhua Buchhandlungen der unterschiedlichen Provinzen haben untereinander keine Zusammengehörigkeit, sondern jeweils ihre eigenen Besitzer und Geschäftsleiter. Und selbst diese Zusammengehörigkeit innerhalb einer Provinz gilt erst seit 2000. Eine Umwandlung in Aktiengesellschaften geschieht seit 2003. Xinhua war für einen Zeitraum von über 30 Jahren Chinas einziger Buchvertriebskanal. Vorteile sind seine zahlreichen, über das ganze Land verteilte Geschäftsstellen und eine solide wirtschaftliche Basis. Die Schwächen von Xinhua liegen in der großen Abhängigkeit von Lehrbüchern und dem

Fehlen wirtschaftlicher Betriebserfahrung. 2012 waren die größten 10 Buchhandlungen ausnahmslos Xinhua Buchhandlungen. Bei Betrachtung der 20 größten waren 17 von Xinhua, drei waren Online-Buchhandlungen.

Es fehlt einem nationalen Vertriebsnetz. Buchhandlungen sind nur in großen Städten stark vertreten, die einzelnen Vertriebsnetze arbeiten in der Regel regional auf Provinzebene, so dass es manche Titel, die in regionalen Verlagen veröffentlicht werden, es nicht über die Provinzgrenze hinaus schaffen. In diesem Zusammenhang haben die mehrmals pro Jahr stattfindenden Buchbestellmessen, die eine Besonderheit des chinesischen Buchmarktes bilden, eine herausragende Bedeutung (mehr dazu, siehe bitte unten).

Die privaten Buchhandlungen verfügen im Vergleich zu Xinhua mit einigen wenigen Ausnahmen über wesentlich kleinere Flächen und verkaufen meist keine Lehrbücher. Die privaten Buchhandlungen tragen viel zur Kulturlandschaft der jeweiligen Städte bei und beleben den chinesischen Buchhandel. Einige davon gelten sogar als kulturelle Sehenswürdigkeiten, wie beispielsweise All Sages, One Way Street, Sisyphé Bookstore, Xooyo, Librairie Avant-Garde. Auch Buchhandlungen aus Singapur (Page One) und Taiwan (Eslite Bookstore) sind bei chinesischen Lesern beliebt.

Der stationäre Buchhandel gerät aufgrund von e-Commerce und Digitalisierung zunehmend unter Leistungsdruck. Dazu kommen steigende Mieten und Personalkosten. Viele Buchhandlungen - vor allem private - sind von einer Schließungswelle betroffen. Gleichzeitig wurden aber neue Buchläden eröffnet, die zusätzlich als Cafés, Salons, Kulturveranstaltungsräume oder Konsumstätten für Kultur fungieren.

Laut Schätzungen von OpenBook beträgt **der gesamte Umsatz des chinesischen Buchmarkts** im Einzelhandel ca. 50 Milliarden Yuan. Darunter kommt dem stationären Buchhandel (33-34 Milliarden Yuan) doppelt so viel zu den Online-Buchhandlungen (16-17 Milliarden). Insgesamt wuchs der Markt im Jahr 2012 um 10% im Vergleich zu 2011.

Internetbuchhandel

Der Internetbuchhandel nimmt eine immer wichtigere Position innerhalb des chinesischen Buchhandels ein. Der Online-Umsatz mit Büchern wuchs 2013 weiter (ca. 16-17 Milliarden RMB, laut Openbook).

Dangdang, Amazon und Jingdong sind nach wie vor die größten drei Online-Vertriebsplattformen für Bücher und verfügen zusammen über einen Marktanteil von ca. 60%. Neben den traditionellen Online-Buchhandlungen haben einige Verlage und Verlagsgruppen angefangen, Bücher über eigene Online-Buchläden anzubieten. Nach offizieller Statistik gibt es in China im Jahr 2012, 367 Online-Buchhandlungen. In Wirklichkeit soll es viel mehr geben: Auf dem großen e-Commerce Portal Taobao (ähnlich wie e-Bay in Deutschland) agieren beispielsweise zahlreiche Buchhändler, die zum Teil nicht in offiziellen Statistiken aufscheinen.

Online Buchhandlungen gewähren im Allgemeinen hohe Rabatte: Bei neuen Büchern 10-20%, ansonsten 20-40%, Preiskriege können zu Rabatten im Ausmaß von bis zu 70% führen. Für Konsumenten zeigt sich als weiterer Vorteil die Einfachheit und Bequemlichkeit des Einkaufsprozesses, sowie das Vorhandensein eines umfangreichen Sortiments.

Unter den drei größten Online-Händlern Dangdang, Amazon und Jingdong herrscht nach wie vor ein heftiger Buchpreiskrieg. Werbeaktionen wie Zwangsteilnahme an 50%-Rabattaktionen im Printbereich oder das Verschenken von Gratis E-Books rufen bei den Verlagen große Unzufriedenheit hervor.

E-Books

An **e-Books** mangelt es nicht, aber neue, populäre Bücher in guter Qualität gibt es kaum. Neue Erscheinungen und Bestseller sind in der Regel nicht als e-Books verfügbar. Das liegt hauptsächlich an den sehr niedrig gehaltenen Preisen und der weitverbreiteten digitalen Raubkopie. Der e-Book-Preis liegt im Allgemeinen nicht über 10 RMB und die meisten E-Books kosten weniger als 10% des Preises eines gedruckten Buches. In Ausnahmefällen - das heißt bei einigen populären Werken mit guten Verkaufserwartungen - liegt der Festpreis von E-Book-Ausgaben bei etwa 30-50 % der gedruckten Ausgabe.

Nach langem Warten hat Amazon in 2013 den Kindle in China offiziell eingeführt und dem **E-Reader Markt** neuen Antrieb geliefert. Trotzdem bleibt der E-Reader Markt ein Nischenmarkt im Vergleich zu Smartphones und Tablets, die zahlreiche populäre Lese-APPs anbieten. Die E-Reader vor Kindle wie z.B. Hanvon oder bambook, ebenso wie einige weitere E-Reader, die von Verlagen oder Online-Buchhändlern entwickelt worden waren, sind bereits in Vergessenheit geraten.

Sowohl Online Buchhandel (wie z.B. jd.com) als auch namhafte Verlage (wie z.B. CITIC Press) begannen in 2013, bestimmte Werke nur als E-Book zu publizieren. Das größte Projekt in diesem Bereich ist „China Story“, eine e-Book-Reihe von CITIC Press, die inzwischen mehr als 100 Titel beinhaltet. Die Geschichten sind kürzer als ein herkömmliches Buch, zwischen 20-40 gedruckte Seiten lang, und kosten 3-6 RMB. Zahlreiche bekannte Schriftsteller haben für diese Reihe Werke verfasst.

Besonderheiten des Digital Publishing in China

Die **Online-Literatur** blickt in China bereits auf eine mehr als zehnjährige Geschichte zurück und ihre Relevanz sollte nicht unterschätzt werden. Auf der Rangliste der reichsten Autoren sind auch 2013 viele Online-Schriftsteller vertreten. In der Unterhaltungsbranche spielt Online-Literatur eine wichtige Rolle: Populäre Werke wurden verfilmt, sowohl als Fernsehserien als auch als Spielfilme - mit hohen Einschaltquoten. Im Bereich der Online-Literatur herrscht außerdem heftige Konkurrenz. Shanda Literature, der Big Player der Online-Literatur, war 2013 an allen Fronten gefordert: Der CEO trat zurück, ebenso wie das gesamte Gründerteam der Shanda-Tochter Qidian.com; Internet Riesen wie Tencent, Baidu, Xiaomi und people.cn drängten einer nach dem anderen auf den Online-Buchmarkt. Eine weitere wichtige Neuigkeit war die Gründung einer *Universität für Online-Literatur* in Peking am 30. Oktober: Diese bietet kostenlose Fortbildungen für Online-Autoren an und unterstützt sie bei der Professionalisierung.

Beachtlich war auch das schnelle Wachstum von **Social Media** Instrumenten, das eine stärkere Personalisierung und gesellschaftlichen Austausch erwirkt. Die Trend-App Weixin (WeChat) durchbrach im November 2013 die Marke 600 Millionen registrierter Nutzer. Insgesamt gibt es 115 Verlage, die WeChat für ihre Zwecke nutzen und gezielt Produktinformationen durch ihre öffentlichen Accounts verbreiten. Auch Sina Weibo, der unangefochtene Spitzenreiter unter den Social-Media-Kanälen, lancierte eine Plattform für „Marketing + Service“. Erfolgreich genutzt wurde diese beispielsweise von Autor Zhang Jiajia, dessen Gute-Nacht-Geschichten in 2013 entdeckt, lektoriert und in Buchform herausgegeben wurden - das Werk avancierte schnell zum Bestseller und auch die Film- und Fernsehrechte wurden bereits verhandelt.

Import & Export

Der chinesische Buch-Exportumsatz belief sich im Jahr 2012 auf einen Wert von US\$ 42,5 Mio. was einer Zunahme von 29,7 % entspricht. Buch-Importe nach China entsprachen einem ungefähren Gesamtwert von US\$ 137 Mio. und können nach Umsatz folgendermaßen aufgeschlüsselt werden: STM 26,21%, Bildung und Kultur 17,66%, Philosophie und weitere Sozialwissenschaften 13,58%, Literatur und Kunst 13,58%, Kinder- und Jugendbuch 3,21%, Sonstige 25,76% (Quelle: China Publisher's Yearbook 2013).

Mittlerweile gibt es auf dem chinesischen Buchmarkt nach offiziellen Angaben etwa 40 chinesische Import- und Exportunternehmen, die alle staatlich und meist an Verwaltungsorgane auf Provinzebene angegliedert sind. Das größte Unternehmen in diesem Bereich ist die China National Publications Import & Export Corporation mit Hauptsitz in Peking und Repräsentanzen in Frankfurt, London, Moskau, Tokyo und New Jersey. Die sechs weiteren marktbeherrschenden Unternehmen sind:

- / [China International Book Trading Corporation](#)
- / [China Educational Publications Import & Export Corporation](#)
- / [China National Sci-Tech Information Import & Export Corporation](#)
- / [Beijing Publications Import & Export Corporation](#)
- / [Shanghai Book Traders](#)

Die Import-Nachfrage besteht hauptsächlich seitens Bibliotheken und Institutionen für wissenschaftliche und Bildungszwecke. Allmählich wächst jedoch auch die Publikums-Nachfrage im Bereich der Unterhaltungsliteratur, die Geschäftschancen sind optimistisch einzuschätzen. Allerdings darf die Wichtigkeit der Zusammenarbeit mit chinesischen Import- und Exportunternehmen sowie Vertriebspartnern auf dem Weg zwischen ausländischem Anbieter zu chinesischem Endverbraucher nicht unterschätzt werden.

Teil 3: Buchmesse und Fachkonferenz

Aussteller der überregionalen Buchmessen im chinesisch-sprachigen Raum präsentieren nicht nur Bücher und Autoren, sondern haben klare wirtschaftliche Ziele: Lizenzhandel (wie z.B. [BIBF](#), [TIBE](#)), Bücherverkauf an Händler (wie z.B. [Beijing Book Order Fair](#)), Bücherverkauf an Endkunden (wie z.B. [TIBE](#), [HK Book Fair](#)). Aufgrund des Mangels eines nationalen Vertriebsnetzes in weiten Teilen Festland-Chinas sind die Verkaufsmessen sehr gut besucht.

Das [BIZ](#) ist auf den wichtigsten Messen im chinesisch-sprachigen Raum wie der [Beijing International Book Fair](#) mit einem [deutschen Gemeinschaftsstand](#) der [Frankfurter Buchmesse](#) vertreten, und nimmt außerdem an verschiedenen nationalen Messen teil, unter anderem auch mit Buchausstellungen.

Im Folgenden finden Sie eine Auswahl von Buchmessen im chinesisch-sprachigen Raum, die für den internationalen Buchmarkt von Interesse sind.

Beijing International Book Fair (BIBF)

Die BIBF ist die bedeutendste Buchmesse in China und entwickelt sich immer mehr zu einem asiatischen Drehkreuz. Sie hat sich zur Leitmesse für Fachbesucher aus China und dem angrenzenden Ausland etabliert. Immer mehr Aussteller aus den benachbarten Ländern Ost- und Südostasiens sind dort anzutreffen. Auffallend hoch ist auch die Beteiligung westlicher Länder an der BIBF.

Seit 1986 wird die Beijing International Book Fair (BIBF) veranstaltet. Bis 2002 fand sie alle zwei Jahre, seit 2002 findet sie jährlich statt. Messeorganisator ist die Firma [China National Publications](#)

[Import and Export Co.](#) (CNPIEC), der größte Buchimporteur Chinas. Die BIBF wird gemeinsam mit der [GAPP](#) (General Administration of Press and Publication) ausgerichtet. Jährlich nehmen rund 1.000 Aussteller aus über 40 Ländern an der Messe teil. Schwerpunkt ist das internationale Lizenzgeschäft. Das Branchentreffen dauert insgesamt fünf Tage. An den letzten beiden Tagen ist es auch für das Publikum geöffnet.

Auf Anregung der Frankfurter Buchmesse präsentiert die BIBF seit 2005 jedes Jahr ein Gastland. Dies war im Jahr 2007 Deutschland, die Präsentation fand in der chinesischen Buchbranche sowie beim Publikum großen Anklang. Gastland im Jahr 2012 und 2013 waren Südkorea und Saudi-Arabien.

Seit 2011 findet die BIBF auf einem neuen, weit außerhalb des Zentrums gelegenen Gelände statt, dem *China International Exhibition Center (CIEC New Venue)*. Das neue Messegelände verfügt insgesamt über acht Hallen, von denen vier für die Buchmesse genutzt werden. Die Gesamtfläche der für die Buchmesse belegten Hallen betrug 53.600 m² in 2013.

StoryDriveAsia Konferenz & Ausstellung

Seit 2012 organisiert die Frankfurter Buchmesse unter dem Titel [StoryDrive China](#) eine Fachkonferenz mit begleitender Ausstellung anlässlich der [China Beijing International Fair For Trade in Services](#) (CIFTIS). Die Konferenz ist die erste All-Media Plattform in Asien und erforscht neue Geschäftsmodelle und Formen der Zusammenarbeit über die Grenzen traditioneller Medien hinweg. Der Schwerpunkt der Sprecher und bei der Themenauswahl liegt auf Internationalität, Cross-Medialität, sowie den Schlagworten „Storytelling and Storyselling“. Mit etwa 30 internationalen und chinesischen Sprechern findet die Konferenz jährlich an zwei Tagen Ende Mai in Peking statt. Auf einer etwa 250 qm großen Ausstellungsfläche werden in Form eines [Gemeinschaftsstandes](#) relevante Unternehmen der Kreativ- und Verlagswirtschaft präsentiert.

In 2014 wird die Konferenz & Ausstellung von StoryDrive China in „StoryDrive Asia“ umbenannt und erweitert, um den innerasiatischen Austausch und den Handel im Transmediabereich zu fördern.

Mehr dazu online auf: storydriveasia.com.

China Shanghai International Children's Book Fair (CCBF)

2013 wurde zum ersten Mal eine Buchmesse mit dem Schwerpunkt Kinderbuch im Shanghai Mart Exhibition Center abgehalten. Organisatoren sind unter anderem die [Shanghai Press and Publication Administration](#) (SPPA), die [China Education Publishing & Media Group](#) (CEPMG) und die [China Universal Press & Publications Corporation](#) (CUPP). Laut Zahlen des Veranstalters wurde die Messe von 154 Ausstellern und mehr als 5.000 Fachbesuchern besucht. 2014 soll die Messe an einem neuen Veranstaltungsort in Pudong stattfinden.

Beijing Book Order Fair (Beijing TushuDinghuohui)

Die [Beijing Book Order Fair](#) ist die größte chinesische Buchbestellmesse, die jährlich vier Tage im Januar im International Exhibition Center (oldvenue) stattfindet. Während der Beijing Book Order Fair 2014 fanden auch zahlreiche Kultur- und Fachveranstaltungen statt, wie z.B. Autoreninterviews und Buchpräsentationen von Neuerscheinungen. Die Fachveranstaltungen konzentrieren sich auf Aspekte der Vertriebssituation der Buchbranche: Viel Aufmerksamkeit erhalten beispielsweise die regelmäßig auf der Messe stattfindenden Veranstaltungen von „Open Book“, die über Verkaufszahlen, Umsatz und

Entwicklungen auf dem chinesischen Buchmarkt informieren. Die Messe bietet eine gute Gelegenheit zur Beobachtung des chinesischen Buchmarkts.

China National Book Fair (Quanguoshubohui)

Die [China National Book Fair](#) fand 1980 zum ersten Mal in Peking statt und ist die zweitwichtigste Inlands-Buchmesse. Sie dient sowohl dem Verkauf und den Bestellungen von Büchern, als auch dem innerchinesischen Lizenzhandel mit Taiwan und Hong Kong. Im Mittelpunkt steht die Intensivierung von chinesischen Kontakten zu anderen asiatischen Geschäftspartnern. Die Publikumsmesse findet jährlich, zwischen April und Mai, in wechselnden Städten statt, 2013 in Hainan, 2014 in der Guizhou Provinz.

Taipeh International Book Exhibition (TIBE)

Die [Taipeh International Book Exhibition](#) (TIBE) wurde 1987 zum ersten Mal organisiert, seit 1998 findet sie jährlich im Februar statt. Sie steht sowohl Fachbesuchern, als auch Publikumsbesuchern offen. Den Schwerpunkt bildet zum einen der Buchverkauf mit Messerabatten, zum anderen das internationale Lizenzgeschäft. Anlässlich der TIBE 2014 lancierten Frankfurter Buchmesse und die Taipeh Book Fair Foundation zum ersten Mal ein gemeinsames [„Publishers Training Programme“](#).

Hong Kong Book Fair

Die [Hong Kong Book Fair](#) findet jährlich sechs Tage im Juli statt. Der Schwerpunkt dieser Publikumsmesse liegt auf dem Buchverkauf von chinesisch-sprachigen Publikationen sowie auf dem Lizenzgeschäft. Die Aussteller kommen hauptsächlich aus dem asiatischen Raum.

Buchmarkt China, herausgegeben vom Buchinformationszentrum Peking, April 2014



Foto: BIZ Peking Büro