Wer bekommt was vom Buch?

1.32
4,5 %
Verlag

2.92
10 %
Autor:in

2.37
8,1 %
Lektorat & Korrektorat

1.43
4,9 %
Gestaltung & Herstellung

3.07
10,5 %
Druckerei & Buchbinderei

0.76
2,6 %
Werbung & Veranstaltungen

0.70
2,4 %
Presse

3.51
12 %
Vertrieb & Lager

13.16
45 %
Buchhandel & Barsortiment

Empfohlener Ladenpreis
30
Franken
inkl. MWST
0.76
Franken

Sind Bücher eigentlich zu teuer – oder zu billig?

Wissen Sie, wie viele Menschen mit Leidenschaft daran arbeiten, ein Buch in die Welt zu bringen? Aus welchem Verlag ist Ihr aktuelles Buch auf dem Nachttisch? Sind 30 Franken ein Preis, den sich in der Schweiz jeder Mensch für ein Buch leisten kann? Kaufen Sie Ihre Bücher im Buchhandel oder online im Ausland – und warum?

Jährlich erscheinen Zehntausende von deutschsprachigen Neuerscheinungen. Die Auswahl im Buchhandel ist riesig, die Preisspanne kann gross sein. Ein Konzernverlag (aus Deutschland) macht es mit der Masse und bietet tiefe Preise. Ein kleiner oder mittelgrosser Schweizer Verlag gibt im Jahr vielleicht zwanzig Bücher heraus. Davon muss nicht nur der Verlag leben, sondern alle Beteiligten. Verlage gehen in Vorleistung und tragen für jede Neuerscheinung das finanzielle Risiko. Unabhängige Schweizer Verlage leisten einen wichtigen Beitrag an die kulturelle Vielfalt der Schweiz: Auch Stimmen abseits des Mainstreams (bzw. der hohen Auflagen) sollen gehört und entdeckt werden. Alle am Buch Beteiligten machen ihre Arbeit mit Leidenschaft; es ist aber kaum möglich, davon zu leben.

Dieses Plakat zeigt beispielhaft, wer an der Entstehung und Herstellung eines Buches mitwirkt, welche Kosten dabei entstehen und welcher Anteil bei wem landet.



Sind Bücher eigentlich zu teuer? – Nein!

«Wer bekommt was vom Buch» ist eine Initiative der Kurt Wolff Stiftung. Sie versteht sich als Interessenvertretung unabhängiger deutscher Verlage. Die Texte für diese Schweizer Ausgabe wurde von SWIPS, einem Zusammengehen von unabhängigen Deutschschweizer Verlagen erarbeitet.

swips Swiss Independent Publishers
swips.ch

SWIPS steht für die Bestrebungen von Buchverlagen aus diversen Gattungs- und Wirkungsbereichen, gemeinsame Interessen zu formulieren, und ist eine Plattform, um deren Wahrnehmung bei den Leserinnen und Lesern, dem Buchhandel, den Medien und den kulturpolitischen Institutionen zu befördern.

SWIPS steht für das Selbstverständnis der Schweizer Verlags- und Buchkultur im Umgang mit den Medien und der Öffentlichkeit.

SWIPS fordert einen selbstbewussten und selbstverständlichen Umgang des Buchhandels und der Medien mit dem breiten Spektrum der Publikationen von Schweizer Verlagen sowie eine entsprechende Präsenz der Autorinnen und Autoren auf Lesebühnen und Festivals.

SWIPS fordert faire Wettbewerbsbedingungen, kulturpolitische Strukturförderung.

SWIPS veranstaltet zu diesem Zweck Anlässe rund ums Buch und nimmt an solchen teil.

SWIPS Mitglieder sind die einzelnen Verlage.

Die SWIPS-Verlage in alphabetischer Reihenfolge: Arisverlag | bilgerverlag | Caracol Verlag | Christoph Merian Verlag | Das Narr | Der gesunde Menschenversand | Edition 8 | edition bücherlese | Edition Maulhelden | Edition Moderne | edition pudelundpinscher | edition taberna kritika | Kolchis Verlag | Kommode Verlag | Lars Müller Publishers | lectorbooks | Lenos Verlag | Limmat Verlag | Lokwort | Neptun Verlag/Origo Verlag | NIMBUS. Kunst und Bücher | Quart Verlag | Rotpunktverlag | Seismo Verlag | Till Schaap Edition | Triest Verlag | vatter&vatter | verlag die brotsuppe | Verlag Scheidegger & Spiess | VGS Verlagsgenossenschaft St.Gallen

Weitere Exemplare des Plakates sind unter www.swips.ch/plakat erhältlich.
Die Inhalte dieser Publikation dürfen digital verbreitet werden.

KWS

Kurt Wolff Stiftung zur Förderung einer vielfältigen Verlags- und Literaturszene

Mehr zur Arbeit der deutschen unabhängigen Verlage erfährt man unter kurt-wolff-stiftung.de

Die Inhalte der deutschen Publikation unter www.kurt-wolff-stiftung.de/die-plakate.

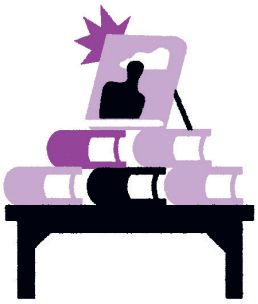
Illustration: Golden Cosmos, Berlin
Druck: Printoset Zürich
Stand Mai 2025

Wer erhält welchen Anteil von einem verkauften Buch? Was bekommen jeweils die Menschen und Unternehmen, die das Buch schreiben, verlegen, lektorieren, gestalten, herstellen, vertreiben und verkaufen? Hier schlüsseln wir es detailliert auf.

Als Beispiel dient ein auf Deutsch verfasster literarischer Titel aus einem unabhängigen Verlag. Er hat 240 Seiten und erscheint als Hardcover im Format 12×20 cm in einer Auflage von 2000 Exemplaren. Das Buch ist mit Lesebändchen, farbigem Vorsatzpapier sowie einer Prägung auf dem Umschlag ausgestattet und wird für 30 Franken angeboten.

Ladenpreis

2007 wurde bei einer Volksabstimmung die Buchpreisbindung in der Schweiz abgeschafft. Seitdem geben Verlage für die Schweiz nur eine unverbindliche Preisempfehlung (UVP) ab. Es ist den Buchhandlungen überlassen, ob sie diesen Preis erhöhen oder unterbieten möchten. In Deutschland und Österreich gelten jeweils feste Ladenpreise; das bedeutet, ein bestimmtes Buch kostet immer dasselbe, egal wo man es kauft.
Wenn Schweizer Verlage die Preise für die Schweiz festlegen, orientieren sie sich auch an der Kaufkraft in Deutschland, obwohl viele Kosten in der Schweiz anfallen. Denn fällt der Preisunterschied zu gross aus, kann das Privatkunden, aber auch Buchhandlungen dazu verleiten, Bücher aus Schweizer Verlagen aus Deutschland zu importieren.
Mehrwertsteuer: In der Schweiz gilt für Bücher der reduzierte Satz von 2,6 %, weil Bücher als Kulturgut geistige Nahrung sind.





Buchhandel & Barsortimente

In der Schweiz liefern Verlagsauslieferungen und Barsortimente (Zwischenhändler) flächendeckend und oft über Nacht die bestellten Bücher an Buchhandlungen – ein für Handel und Kundschaft sehr komfortabler Service.
Auslieferungen liefern nur bestimmte Vertragsverlage aus, während Barsortimente gängige Titel aus allen Verlagen führen, die sie bei den jeweiligen Auslieferungen beziehen. Es gibt Firmen, die sind sowohl Verlagsauslieferung als auch Barsortiment.
Der Rabatt für Buchhandlungen ist nicht einheitlich geregelt, sondern ist beim Bezug über die Auslieferung Verhandlungssache zwischen Verlag und Buchhandlung. Barsortimente gewähren den Buchhandlungen in der Regel tiefere Rabatte. Mit der Marge müssen sie ihre Ausgaben von Personal und Miete über Werbung, Soft- und Hardware bis zum Lastenvelo (oder Firmenauto) finanzieren. Die Gewinnspanne ist bei vielen Buchhandlungen sehr klein.

Vertrieb & Lager

Die meisten Verlage beauftragen eine Verlagsauslieferung mit der Lagerung ihres Sortiments und der Bearbeitung der Bestellungen. Die Bücher werden direkt von der Druckerei angeliefert. Neben Gebühren für Transport und Lagerung der Bücher erhalten diese Unternehmen von den Verlagen auch einen Prozentsatz vom Nettoerlös. Der Buchhandel kann zudem die meisten Bücher zurückgeben (remittieren), falls sie nicht verkauft werden, was sowohl beim Handel als auch beim Verlag Kosten verursacht. Ein Buch ist tatsächlich erst verkauft, wenn es auch nach Monaten noch nicht remittiert wurde.
Verlagsvertreter:innen stellen in den Buchhandlungen zweimal im Jahr die neuen Bücher «ihrer» Verlage vor und nehmen Bestellungen auf. Selbstständige Vertreter:innen werden meist prozentual am Umsatz beteiligt, häufig sind sie aber auch von Auslieferungen oder Verlagen fest angestellt.
Auch im Verlag ist jemand für den Vertrieb zuständig und kümmert sich um Lagerbewegungen, Website, Buchmessen, Vorschaukataloge etc.





Pressearbeit

Die Presseabteilung im Verlag hat die Aufgabe, dafür zu sorgen, dass die Bücher in den Medien, in Blogs und in Social Media besprochen werden – am liebsten natürlich lobend, doch auch ein Verriss kann absatzfördernd sein. Doch der Platz, den Bücher in den Medien bekommen, wird immer weniger. Die Medienleute, Blogger:innen und Bookfluencer:innen werden mit Programmvorschauen, Fahnen (so heissen die Bücher, bevor sie fertig gesetzt und gedruckt sind), Rezensions- und Leseexemplaren versorgt.



Werbung & Veranstaltungen

Kleinere Verlage können in der Regel sehr wenig Geld in Werbemassnahmen wie Anzeigen, Werbedrucksachen oder bessere Verkaufsplätze im Buchhandel stecken.
Im Verlag werden auch Veranstaltungsanfragen bearbeitet, Lesehonorare ausgehandelt oder Lesereisen organisiert (und manchmal auch subventioniert).
Manche Verlage arbeiten nur mit Veranstaltungspartner:innen wie Buchhandlungen, Festivals oder Literaturhäusern zusammen, andere organisieren aktiv auch selbst Lesungen.

Druckerei & Buchbinderei



Die meisten Schweizer Verlage lassen ihre Bücher im Ausland produzieren. Ein Buch in der Schweiz zu drucken und vor allem zu binden, ist schnell doppelt so teuer – mit entsprechend höherem Ladenpreis als Folge. Wird auf Ausstattungsmerkmale wie Lesebändchen, Fadenheftung, besonderes Vorsatzpapier und Prägung verzichtet, kann sich ein etwas niedrigerer Stückpreis ergeben. Die steigenden Energie-, Logistik- und Papierpreise (und Papierlieferzeiten) erschweren die Kalkulation der Verlage. Bei kleinen Auflagen sind die Stückpreiskosten viel höher, was Verlage dazu verleiten kann, zu viele Bücher zu produzieren. Auch die Vorbestellungen des Buchhandels lassen wenig Rückschlüsse auf den tatsächlichen Bedarf zu.



Gestaltung & Herstellung

Die Herstellung im Verlag entscheidet, wie ein Buch aussehen soll, welches Format es bekommt, in welcher Schrift es gesetzt wird, wo gedruckt und gebunden wird. In einigen Verlagen werden diese Aufgaben auswärts von Grafiker:innen oder spezialisierten Firmen erledigt, wo z. B. auch gleich E-Books mitproduziert werden können.



Lektorat & Korrektorat

Manuskripte werden von verschiedenen Seiten angeboten, das Lektorat entscheidet, welche Werke zum Verlag passen und veröffentlicht werden sollen. Dann werden die Texte in Zusammenarbeit mit den Autor:innen bzw. den Übersetzer:innen stilistisch und inhaltlich bearbeitet – immer mit dem Ziel, das Beste aus dem Text herauszuholen. Nach dem Satz kommt das Buch ins Korrektorat und wird auf Rechtschreibung und Orthografie geprüft, wobei manchmal auch aus satztechnischen Gründen gekürzt oder etwas verlängert werden muss. Die Beziehung zwischen Autor:in und Lektor:in ist häufig eine sehr persönliche und vertrauensvolle.



Autor:in

Autor:innen erhalten für eine belletristische Originalausgabe im Hardcover üblicherweise 10 % vom empfohlenen Nettoladenpreis. Manche Verlage staffeln die Prozente, z. B. 10 % bis 2000 Exemplare, danach 12 %. Bei noch unbekannten Autor:innen kann das Anfangshonorar auch unter 10 % liegen.
Bei Taschenbüchern oder Übersetzungen ist das Honorar geringer, da erhalten Autor:innen oft nur 5 bis 7 % und teilen sich den Ertrag mit dem Verlag. Manchmal erhalten Autor:innen bei Vertragsabschluss einen garantierten, also nicht rückzahlbaren Vorschuss auf die späteren Honoraransprüche. Autor:innen, die sich von einer Literaturagentur vertreten lassen, zahlen diese von ihrem Honorar.
Nur in den seltensten Fällen können Autor:innen vom Honorar aus den Buchverkäufen leben; im Gegenteil, es deckt nicht einmal die Arbeit am Buch selber.

Verlag

Was nun noch übrig bleibt, bleibt beim Verlag, der damit die Gemeinkosten trägt wie Löhne, Miete, Nebenkosten, Porti, IT, Telefon und Internet, Kapitalkosten etc. Und natürlich sollte auch noch ein Gewinn übrig bleiben. Tatsächlich wird es unter dem Strich für viele Verlag eng. Mit Übersetzungsbeiträgen, Druckkostenzuschüssen, privaten Unterstützungskreisen oder hin und wieder Crowdfunding ist es möglich, kurzfristig Erleichterung zu finden. Doch dies ändert nichts daran, dass das Verlagsgeschäft mit schmalen Margen auskommen muss, was bei sinkenden Auflagen noch dramatischer wird. Dies umso mehr als der Verlag in der Buchproduktion in Vorleistung geht und das ganze Risiko trägt – verlegen kommt von vorlegen. Was bei allen Verlagen gleich ist: das Herzblut.

