

zon von den Verlagen noch höhere Preisnachlässe. Vor allem, wenn Amazon die Bücher nicht über einen Zwischenhändler<sup>111</sup>, sondern über die Verlage direkt bezieht, verlangt der Konzern häufig fünfzig Prozent Rabatt – und das, obwohl er nicht einmal eigene Buchhandlungen betreibt. Mitunter verlangt er darüber hinaus noch zusätzliche Gebühren für «Lagerhaltung, zielgerichtete Vermarktung und Plattform».<sup>112</sup> Auf die Verlage kommen außerdem Portokosten und kaum nachvollziehbare Abzüge bei den Rechnungen zu. Am Ende bleibt ihnen unter Umständen nur noch rund ein Drittel statt die Hälfte des Verkaufspreises, mit dem sie allenfalls ihre Kosten decken können.

### ***Amazons Strategie der tödlichen Umarmung***

Weitaus effektiver als die Buchhandelsketten greift Amazon dabei auf eine Methode zurück, die sich wie bereits erwähnt als «Strategie der tödlichen Umarmung» bezeichnen lässt.<sup>113</sup> Dabei bindet der Konzern die Verlage mittels seiner Marktmacht so eng an sich, dass ihnen die Luft zum Atmen wegbleibt.

Mehr als 20 Prozent des gesamten deutschen Buchmarktes beherrscht Amazon inzwischen.<sup>114</sup> Im Internet hat der Konzern bereits de facto eine Monopolstellung inne. Die Verlage haben somit kaum eine andere Wahl,

---

111 Zwischenhändler kaufen den Verlagen Bücher auf eigene Rechnung ab und liefern diese an den Einzelhandel. Sie dienen im Prinzip dazu, das Kleinmengengeschäft zu bündeln.

112 Vgl. Die Methode Amazon, in: «Zeit Online», 21.12.2011.

113 Vgl. dazu: Im Fluss der braunen Pakete, in: «Süddeutsche Zeitung», 3.11.2012.

114 Vgl. [www.buchreport.de](http://www.buchreport.de), 5.2.2013.

als Amazons Konditionen zu akzeptieren, um noch größere Umsatzeinbußen zu vermeiden.

Entscheidet sich ein Verlag dennoch, sich Amazons Preisdiktaten zu widersetzen, sanktioniert der Konzern dies prompt. Als die amerikanische Independent Publisher Group (IPG) Anfang des Jahres 2012 den Forderungen Amazons nach höheren Rabatten widersprach, nahm dieser ihre Bücher kurzerhand aus seinem Sortiment. Weil Kunden ihre Bücher nicht mehr auf Amazon kaufen konnten, brach der Umsatz der IPG daraufhin um 40 Prozent ein.

Bereits 2008 schränkte Amazon ohne Vorwarnung den Verkauf für Bücher der Hachette's UK Division ein, nachdem das Unternehmen Kritik an den von Amazon auferlegten Konditionen geäußert hatte. Und zwei Jahre darauf konnten Amazon-Kunden vorübergehend keine Titel des US-amerikanischen Macmillan Verlags kaufen, da dieser Amazons Preisvorstellungen bei E-Books ebenfalls nicht akzeptierte.<sup>115</sup>

Auch hierzulande wächst der Protest. So kündigten der Ch. Schroer Verlag und der Verlag André Thiele im Frühjahr 2013 medienwirksam die Kooperation mit Amazon auf. In offenen Briefen monierten sie die hohen Rabatte und «luftigen Buchungstricks bei der Umsatzsteuer». Der Kunst- und Literaturverleger Christopher Schroer war es nach eigenen Angaben schlicht leid, Amazon gegenüber als Bittsteller aufzutreten, der «bitte, bitte, bitte seine Bücher über Ihre Plattform vertreiben darf und zwar zu Konditionen und Verträgen, die Sie diktieren».<sup>116</sup>

---

115 Vgl. Kampf um Konditionen, [www.buchreport.de](http://www.buchreport.de), 23.2.2012; sowie Brad Stone, a.a.O., S. 321.

116 Vgl. Beide Kündigungsbrieife finden sich im Wortlaut unter [www.horizont.net/aktuell/marketing/pages/protected/pdfs/213\\_org.pdf](http://www.horizont.net/aktuell/marketing/pages/protected/pdfs/213_org.pdf) und [www.vat-mainz.de/kuendigung-amazon.php](http://www.vat-mainz.de/kuendigung-amazon.php).