

SPIEGEL ONLINE - 14. Oktober 2007, 07:04

URL: <http://www.spiegel.de/wirtschaft/0,1518,510961,00.html>

## KONKURRENZ DURCH THALIA & CO.

### Sterben die kleinen Buchläden aus?

Von Hasnain Kazim

**Buchhandel im Umbruch: Nicht die Internet-Kaufhäuser bedrohen die kleinen Geschäfte, sondern die großen Ketten. Manche Händler warnen vor einer Konzentration des Marktes wie in Großbritannien. Haben die kleinen Buchläden noch eine Chance?**

Hamburg - Am Ende ging den Determanns die Luft aus. Das Ehepaar schloss sein Buchgeschäft in Heilbronn Anfang des Jahres, weil gleich zwei Ketten ihren Markteintritt ankündigten: Die Tübinger Buchhandlung Osiander eröffnete ein größeres Geschäft in besserer Lage in der Innenstadt. Anfang 2008 will auch Thalia, die Nummer zwei in Deutschland, Bücher in Heilbronn verkaufen - in einem neuen Einkaufszentrum, das mitten in der Stadt entsteht.



DPA

Thalia-Filiale (in Krefeld): Platz für große und kleine Geschäfte in der Branche

"Wir mussten uns fragen, ob wir da mithalten können", sagt Siegfried Determann. "Obwohl wir nach Umsatz zu den hundert größten Buchhandlungen in Deutschland zählten, also nicht gerade klein waren." Als absehbar war, dass die Umsätze drastisch einbrechen würden, entschlossen sich die beiden zur Kapitulation. Der Frankfurter Buchmesse, wo die Zukunft der Branche ein großes Thema ist, bleiben sie in diesem Jahr fern.

Ob sie gegen die Großfilialisten bestehen können, fragen sich kleine Buchhändler überall in Deutschland - denn die Ketten eröffnen eine Filiale nach der anderen. Allein im vergangenen Geschäftsjahr kamen bei Thalia 21 Häuser dazu. Konkurrent Weltbild-Hugendubel mit derzeit rund 470 Filialen gab vergangene Woche bekannt, er werde die Karstadt-Buchabteilungen übernehmen - ein Geschäft, auf das auch Thalia spekuliert hatte. Erst im vergangenen Jahr hatten Weltbild und Hugendubel Thalia mit ihrem Zusammenschluss zur DBH Buch Handels GmbH von Platz eins der Branche verdrängt.

### Große Zustimmung zur Buchpreisbindung

"Die Phase, in der wir stark durch Übernahmen etablierter Händler wachsen, ist vorbei", sagt Thalia-Geschäftsführer Michael Busch. "Weiterhin werden wir auch organisch wachsen, also indem wir selbst neue Buchhandlungen gründen." In der Branche ist von mindestens 60 im kommenden Jahr die Rede.

Insgesamt betreibt Thalia, eine Tochter der Einzelhandelsholding Douglas, 267 Buchgeschäfte, davon 215 in Deutschland, 30 in Österreich und 22 in der Schweiz. In den sogenannten Flagship-Stores in den Großstädten werden Bücher auf bis zu 4000 Quadratmetern angeboten, die kleinsten Filialen umfassen immer noch 300 Quadratmeter. "Das sind Dimensionen, da können wir nur staunen", sagt eine Buchhändlerin in Hamburg, die ihren Namen nicht genannt wissen will. "Wir mit unseren 130 Quadratmetern sind für die ja eher eine Abstellkammer."

Vor einer Übernahme habe sie zwar keine Angst. "Aber für uns wäre es schon das Aus, wenn in der Nähe ein Buchkaufhaus eröffnet." Sie habe schon bei Kollegen mitbekommen, wie das laufe, wenn einer der Großen seine Fühler ausstrecke. "Dann schaut ein Herr im Anzug vorbei und sagt: 'Guten Tag, wir haben Interesse an Ihrem Geschäft.' Wenn man nein sagt, eröffnen die eben nebenan ein viel größeres Geschäft." Das Kuchenstück für die Kleinen werde immer kleiner. Sie Sorge sich vor "britischen Verhältnissen, wo in großen Hallen Grabbeltische aneinandergereiht und nur noch Bestseller angeboten werden".

Branchenexperte Boris Langendorf sieht das gelassen. "Die Entwicklung in Großbritannien hat mit dem Wegfall der Buchpreisbindung zu tun", sagt er, "nicht mit dem Aufkommen von landesweit agierenden Filialisten." Für eine Beibehaltung der Buchpreisbindung in Deutschland sprechen sich nahezu alle Beteiligten aus - Busch von Thalia, genauso wie Determann, der sein Geschäft geschlossen hat, und die Hamburger Händlerin.

### **Massive Marktveränderungen in 30 Jahren**

"Eine Krise des Buchhandels erkenne ich nicht", sagt Langendorf, der einen Branchendienst für unabhängige Buchhandlungen betreibt. "Vor 30 Jahren gab es noch keine einzige Großflächenbuchhandlung, vor 20 Jahren noch keinen bundesweit vertretenen Filialisten und vor zehn Jahren keinen Internethandel - all das bringt natürlich eine Neuaufteilung des Marktes mit sich." Eine Gefahr für die kleinen Händler sehe er aber nicht. "Die müssen nur aufpassen, dass sie sich nicht ein Loser-Image verpassen lassen."

Tatsächlich wächst die Branche in Deutschland seit sieben Jahren wieder, nach Angaben des Buchreport-Umsatzrends zuletzt um 2,6 Prozent seit Jahresbeginn im Vergleich zum Vorjahreszeitraum. Von Verdrängung des Buchs durch elektronische Medien ist demnach kaum etwas zu spüren.

Die Umsätze der Branche lagen im vergangenen Jahr bei 9,3 Milliarden Euro, gut fünf Milliarden machten davon die Sortimentsbuchhandlungen. Sie sind, vor den Buchclubs, den Buchdiscountern und dem Internet unangefochten der wichtigste Vertriebsweg. Die beiden Riesen DBH und Thalia sichern sich davon mit jeweils rund 700 Millionen Euro den größten Teil. "Das sind gerade mal gut 20 Prozent - sicherlich mehr als früher, aber wo ist das Problem?", sagt Langendorf. "Für den traditionell inhabergeführten Laden gibt es noch ausreichend Platz."

Auch der Internet-Handel, vor dem sich die traditionellen Händler so fürchteten, hat sich nicht als Bedrohung herausgestellt. Das Online-Geschäft legt nur minimal noch zu. "Dessen Anteil am gesamten Buchhandel liegt bei unter sieben Prozent", sagt Langendorf. "Und man darf nicht vergessen: Internet-Handel bleibt immer noch Versandhandel, und dafür ist das Potential nach wie vor begrenzt." Selbst wenn das auf 15 Prozent wachse, weil junge Menschen verstärkt online einkaufen, sei das für die Geschäfte kein Problem. "Die Großfilialisten und das Internet bringen Menschen, die sonst nie einen Schritt in eine Buchhandlung gemacht hätten, dazu, Bücher zu kaufen", ist Langendorf überzeugt.

## **Starke regionale Bindung der Kleinen**

Auch Thalia-Chef Busch sieht für kleine, unabhängige Geschäfte Chancen. "Inhabergeführte Buchhandlungen haben oft eine sehr starke Kundenbindung." Viele Händler seien in ihrem Ort bekannt und in ihrer Region verwurzelt. Manch ein Geschäft schaffe auch den Sprung, sich zu einem regional bedeutenden Buchhändler zu entwickeln. Stärken von Thalia seien dagegen das Ambiente, die Internet-Verzahnung, das breite und tiefe Angebot, die angeschlossenen Filial-Cafés. "Dadurch steigern wir die Verweildauer der Kunden. Häufig wird gerade dadurch auch das eine oder andere Buch zusätzlich gekauft."

Auch Siegfried Determann, seit dem Ende seines Geschäfts im Ruhestand, versinkt nicht in Weltuntergangsstimmung. "Die Kleinen müssen ihre Nischen finden", sagt er. Monothematische Geschäfte boomen, reine Krimi- oder Kochbuchhandlungen, oder Läden, die ihr Sortiment zum Beispiel um ein Weinangebot erweitern. Andere erarbeiten sich einen guten Ruf als Antiquariat mit Zugang zu seltenen Werken.

"Das Kulturgut Buch unterliegt wie alle anderen Waren auch den Gesetzen des Marktes", sagt Determann. "Ein introvertierter Literaturliebhaber dürfte es als Kaufmann schwer haben. Man muss in erster Linie Unternehmer und Betriebswirt sein, immer neue Ideen haben, um Kunden an sich zu binden - dann kann es funktionieren." Autorenlesungen beispielsweise seien für den Händler finanziell unattraktiv, aber für die Kundenbindung Gold wert.

Die Hamburger Bücherfrau mit ihrem 130-Quadratmeter-Laden, in dem sie trotz heftiger Konkurrenz ein Vollsortiment anzubieten versucht, glaubt daran, dass Literaturveranstaltungen und gute, individuelle Beratung ihr beim Überleben helfen.

Vor einer Situation, sagt sie, habe sie trotzdem Angst: "Dass ich, wie in dem Film 'E-Mail für dich', in eine Filiale eines großen Unternehmens gehe und zugeben muss: Die machen es mindestens genauso gut wie ich."

---

© SPIEGEL ONLINE 2007

Alle Rechte vorbehalten

Vervielfältigung nur mit Genehmigung der SPIEGELnet GmbH