

Zuversichtlich

Wie hat der Sortimentsbuchhandel die Pandemie bislang bewältigt? Und was sind die größten Herausforderungen der kommenden Zeit? Das Börsenblatt hat mit Buchhändler:innen gesprochen.

STEFAN HAUCK, MICHAEL ROESLER-GRAICHEN, CHRISTINA SCHULTE



BUCHMEYER IN REINHEIM

»Unsere kontinuierliche Arbeit an der Beratung, an dem Service, den wir bieten, und an der Kundenbindung ist in der Pandemie zum Tragen gekommen«, erklärt **Katrin Röttgen** von der im hessischen Odenwald gelegenen Buchhandlung buchMeyer in Reinheim. »Um es als Bild zu sagen: Wir haben jetzt die Lorbeeren geerntet. Die Kund:innen wissen, was sie an uns haben, und haben das auch deutlich gezeigt«, erklärt Röttgen, die auch zum **Sprecherkreis der IG Unabhängiges Sortiment** im Börsenverein gehört.

Mit Blick auf die vielen dort vertretenen Sortimente zieht Röttgen eine positive Bilanz: »Gerade in den Stadtteilen und kleinen Städten haben uns die Kunden durch die Pandemie getragen.« Sie berichtet von unzähligen Aufmerksam-

samkeiten der Kund:innen »ihren« Buchhandlungen gegenüber und deren Sorge, ob es mit dem Laden weitergeht. »Durch die enge Kundenbindung haben wir nahtlos sofort am Telefon weiterberaten – wir wissen ja, was Kundin X oder Kunde Y besonders schätzt, und konnten optimal mit Lesestoff versorgen.« Auch ihre Reinheimer Buchhandlung, die sie gemeinsam mit **Sonja Reimann** betreibt, sei gut durch die vergangenen zwei Jahre gekommen – »anfangs hätte ich niemals gedacht, dass wir diese gar nicht planbare Zeit so gut stemmen würden.«

Als aktuell größte Herausforderung sieht Röttgen neben der Branchenlogistik den steigenden Kostendruck – gerade hat die Buchhandlung einen neuen Stromtarif abgeschlossen. Sie sieht die Verlage in der Pflicht, die Ladenpreise



Katrin Röttgen, buchMeyer:

»Die Kund:innen wissen, was sie an uns haben, und haben uns das auch sehr deutlich gezeigt. Diese Wertschätzung trägt uns.«

stärker an die allgemeinen Preissteigerungen anzupassen: »Sie haben eine Mitverantwortung für uns und unser Personal«, meint Röttgen. Sorgen macht ihr die Papierknappheit; inzwischen fragten auch Kund:innen nach, das wer-

© picture alliance/dpa - Frederic Schweizer / foto-sicht.de (v.o.)

de schon thematisiert: »Aber sie haben eigentlich alle Verständnis, dass nicht mehr alles so selbstverständlich ist wie vor der Pandemie.« Das Gefühl der Solidarität und die Wertschätzung, die die Kundschaft zeige, trägt Röttgen auch weiterhin – »wenn alle an einem Strang ziehen und alle anpacken, bleibe ich sehr optimistisch.«

TRANSFER. BÜCHER UND MEDIEN IN DORTMUND

Die 2011 von **Birgit Lange-Grieving** und ihrem Mann **Jochen Grieving** gegründete Buchhandlung transfer. bücher und medien in Dortmund-Hörde hat die zwei Pandemiejahre bisher mehr als gut überstanden, jedenfalls auf der Umsatzseite. »Mörderisch« hingegen sei

die Arbeitsbelastung gewesen, die schon im Normalzustand sehr hoch sei, so Jochen Grieving. Man sei froh, dass sich dies allmählich wieder lege.

Der Gestaltungsspielraum in der Pandemie sei eingeschränkt gewesen, zumal man sich ständig wechselnden Umgebungsbedingungen habe anpassen müssen – von Abstandsmarkierung bis zu Test- und Maskenpflicht. »Dennoch waren 2020 und 2021 die bisher erfolgreichsten Jahre bei transfer. Von 2019 auf 2020 sind wir gegen den Trend um vier Prozent, von 2020 auf 2021 um sieben Prozent gewachsen«, sagt Grieving – elf Prozent Plus in zwei Jahren, während der stationäre Buchhandel im Schnitt gegenüber 2019 nach Angaben von Media Control um 11,5 Prozent geschrumpft ist. Angesichts der Lockdownphasen und erschwerten Ver-

kaufsbedingungen ein Ergebnis, mit dem sich gut leben lasse, so Grieving.

Was den E-Commerce angeht, ging transfer. nicht unvorbereitet in die Pandemie. »Wir verfolgen schon seit Jahren eine Multichannel-Strategie und haben daher den E-Commerce voll in unsere Abläufe integriert und an die Warenwirtschaft angeschlossen«, so Grieving. Auch sonst sei man im virtuellen Raum präsent.

Deshalb war man gespannt, wie der E-Commerce anlaufe. »Drei Tage nach dem ersten Lockdown im Frühjahr 2020 gingen die Umsätze steil nach oben«, so Grieving. Lag der Shop-Anteil am Gesamtumsatz 2018 und 2019 noch bei vier und fünf Prozent, sprang er 2020 auf 15 Prozent und 2021 auf 18 Prozent. »Das haben wir nicht erwartet, es zeigt aber, dass die Marke ›transfer.« entschei-

→ dend ist und von den Kunden akzeptiert wird.« Die gestiegene Zahl der Bestandskunden bestätigt dies: »2020 waren es 20 000, jetzt stehen wir bei 24 000«, erläutert Grieving.

Bestellen konnten die Kunden während der Lockdownphasen nicht nur über den Webshop, sondern auch telefonisch oder per Mail. »Aus betriebswirtschaftlichen Gründen haben wir immer schon gegen Versandgebühr geliefert und konnten die Lieferung als Full Service auch bei den so gesteigerten Anforderungen in vollem Umfang erbringen.« Da transfer. die Shopbestellungen selbst ausführt und dies nicht – wie bei einem White-Label-Shop – dem Barsortiment überlässt, konnten die üblichen Einkaufswege einschließlich Lagerabverkauf zu den vereinbarten Rabatten genutzt und damit auch entsprechende Erträge erzielt werden.



Jochen Grieving, transfer. Bücher und Medien:

» Wir verfolgen schon seit Jahren eine Multichannel-Strategie und haben daher den E-Commerce voll in unsere Abläufe integriert und an die Warenwirtschaft angeschlossen.

Es habe sich bestätigt, rechtzeitig die Weichen für eine Buchhandelsplattform im Netz zu stellen und in Markenführung, IT und Warenwirtschaftssysteme zu investieren, sagt Grieving. Bei vielen inhabergeführten Buchhandlungen beobachtet er allerdings eine »unternehmerische Unter-Performance«, die Symptom eines Kompetenzproblems in der gesamten Buchbranche sei. Hier müsse auch der Börsenverein mehr tun und »Entwicklung unterstützen«.

Zwei Lektionen nehmen Grieving und sein Team aus der Pandemie für die

kommende Zeit mit: Die mediale Gestaltung der Buchhandelswebsite – mit aktuellen Informationen, Artikeln und Buchempfehlungen – sei »ungeheuer arbeitsintensiv. Das lässt sich nicht nebenbei erledigen, weshalb wir dafür eine Mitarbeiterin in Teilzeit engagiert haben«. Die Kunden, die sich für transfer. entschieden haben, wollen sortimentarische Leistung auch in ihrer virtuellen Buchhandlung, so Grieving. »Da muss man als Buchhändler liefern.«

Ein zweiter Punkt ist die Personalsituation: »Wir haben Bewerbungen für einen Ausbildungsplatz und eine Buchhändlerstelle bekommen, die einen katastrophalen Eindruck hinterlassen haben«, beklagt Grieving. »Der Buchhändlerberuf ist absolut anspruchsvoll, aber die Absolventen der Buchhändlerschulen sind den Anforderungen in der Praxis nicht gewachsen.« Da die Personalsituation derzeit schwierig sei, könne transfer. Projekte im Bereich Controlling und Customer-Relationship-Management nur mit Verzögerung umsetzen.

JOS FRITZ IN FREIBURG

»Insgesamt sind wir gut durch die Corona-Zeit gekommen«, sagt **Gerhard Frey** von der Buchhandlung **Jos Fritz** in Freiburg, »und wir haben schnell auf die veränderte Situation und den ersten Lockdown im Frühjahr 2020 reagieren können. Einen Webshop betreiben wir seit fünf Jahren, und ebenso lange sind schon Fahrradbot:innen im Einsatz, die Bücher innerhalb des Freiburger Stadtgebiets ausliefern.«

Als dann mit Beginn des ersten Lockdowns die Bestellungen in die Höhe schnellten, konnte Jos Fritz innerhalb kürzester Zeit weitere Mitarbeiter engagieren – darunter auch einige, die in Kurzarbeit waren – und einen Lieferdienst aufbauen. Dass man in der Buchhandlung telefonisch oder über den Webshop bestellen kann, erfuhren viele Kunden aus den örtlichen Medien, die über die Situation der Buchhandlungen



Gerhard Frey, Jos Fritz:

» Uns ist wichtig, die positive Reaktion unserer Kunden nicht zu enttäuschen und die Qualität hochzuhalten, sowohl buchhändlerisch als auch bei unseren Vertriebsaktivitäten.

in Freiburg berichteten und an die Konsumenten appellierten, lokal einzukaufen. Letzte Oster-Bücherwünsche konnte man 2020 noch am Karsamstag erfüllen. »Das kam bei den Kunden sehr gut an«, erinnert sich Frey.

Wirtschaftlich gab es bei Jos Fritz keinen Einbruch, obwohl sich der Verkauf auf das Netz oder den Lieferdienst verschoben hatte. »Das war natürlich mit Abstrichen verbunden«, so Frey. Insgesamt nahm das Volumen der Onlinebestellungen von drei auf zehn Prozent zu. Die Beschäftigungslage sei konstant geblieben, und das für alle Fälle beantragte Kurzarbeitergeld musste nicht in Anspruch genommen werden, »weil alle mehr als genug zu tun hatten«.

Auch auf die Wiedereröffnung des Ladens nach der Lockdownphase hat das Team sehr flexibel reagiert. Der Laden wurde umgebaut, um den Kunden ausreichenden Abstand zu ermöglichen. Die Idee, ein nicht genutztes Bürofenster zu nutzen, um Kunden zur Straße hin zu bedienen, war besonders erfolgreich. »Das nutzen wir bis heute, und auf diese Weise haben wir auch Kunden hinzugewonnen, die den Laden sonst nicht betreten hätten.« Das ging meist gut, nur einmal, bei einer vorbeiziehenden Demonstration von Gegnern der Corona-Maßnahmen gab es Stress, weil Jos Fritz ein Plakat auf der Fassade platziert hatte, das zur Impfung aufrief. »Ein Shitstorm und Negativbewertungen im Netz waren die Folge«, so Frey.

Für die Zukunft ist Gerhard Frey vor allem eines wichtig: »Die positive Reak-

tion unserer Kunden nicht zu enttäuschen und die Qualität hochzuhalten, sowohl buchhändlerisch als auch bei unseren Vertriebsaktivitäten. Die Kunden, die wir gewonnen haben, sollen uns natürlich gewogen bleiben. Verloren haben wir nur die Impfgegner.« Außerdem hofft er, dass bald wieder reguläre Buchmessen stattfinden können, die Publicity für Neuerscheinungen schaffen.

BÜCHER VON BESTENBOSTEL IN NORDENHAM

Seit Beginn der Pandemie sind die Türen vieler Buchhandlungen weit geöffnet, um ständig frische Luft hineinzulassen – welche Folgen das in den Wintermonaten für die Heizkosten hat, kann man sich leicht denken. »Ist dann schon kühl im Laden, aber das ist ja bei den meisten Einzelhändlern so«, konstatiert Inhaberin **Anne v. Bestenbostel**. Viel stärker bewegt sie die Personalsituation: »Da waren wir sehr gebeutelt, drei Mitarbeiterinnen sind zu Bibliotheksstellen abge-



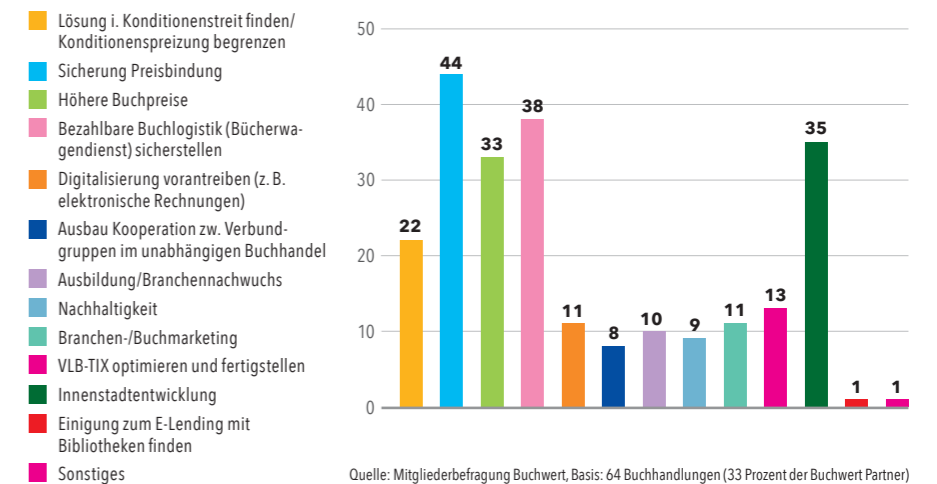
Anne v. Bestenbostel, Bücher von Bestenbostel:

» Es tut gut, endlich mal wieder live mit 40 Kund:innen über Bücher reden zu können – und wirtschaftlich lohnt es sich auch.

wandert.« Inzwischen sind neue eingestellt, die kommen aber alle nicht aus Nordenham und kennen die Stammkunden nicht. »Außer mir kennen alle die Leute ja nur mit Maske!«, resümiert die Chefin. »Ich sitze jetzt viel am Katzentisch mitten im Laden und mache Small Talk, wo es nur geht, um die Kundenbindung zu erhalten.«

PREISBINDUNG SICHERN IST WICHTIGSTES BRANCHENTHEMA

Was sind aus Ihrer Sicht die dringendsten Branchenthemen? Was ist Ihnen wichtig und beeinflusst maßgeblich Ihren Geschäftserfolg? (maximal drei Nennungen möglich)



Mit Blick auf die jetzt wieder möglichen Veranstaltungen zeigt sich v. Bestenbostel optimistisch. Am Weltfrauentag am 8. März hat das Team der Nordenhamer Buchhandlung im Kulturzentrum Seefelder Mühle bei Kaffee, Tee, Torte und freiem Eintritt aktuelle Titel vorgestellt, »die von Frauen oder für Frauen geschrieben wurden oder von Frauen handeln. Das hat zum einen gutgegan, wieder live mit 40 Kundinnen über Bücher reden zu können, zum anderen hat es sich finanziell gelohnt, wir haben richtig gut verkauft.« Für den Welttag des Buches hat die Buchhändlerin bereits zwei Lesungen für vier Grundschulen geplant.

Auch wenn Nordenham kein einfaches Pflaster ist, so ist v. Bestenbostel sehr vom örtlichen Stadtmarketing angetan: »Wir haben eine tolle Citymanagerin, die kümmert sich. In der Corona-Zeit sind wir Händler richtig zusammengedrückt und haben tolle Aktionen gestemmt. Verluste gab es da gar keine.« Am vergangenen Wochenende war verkaufsoffener Sonntag, »die Stadt war rappellvoll. Und demnächst bekommen wir mehr Sitzgelegenheiten am Marktplatz, was die Aufenthaltsqualität verbessert und Leute wieder zum Bummeln veranlasst – das kommt dann auch uns als Buchhandlung zugute«.

BÜCHER WENNER IN OSNABRÜCK

Mit einer Bilanz der bisherigen zwei Corona-Jahre hält sich **Jonas Wenner**, Geschäftsführer von Bücher Wenner in Osnabrück, noch ein bisschen zurück: »Das kann man abschließend noch nicht sagen. 2022 haben wir deutliche Steigerungen zu 2021, aber das Niveau von 2019 haben wir bisher noch nicht wieder erreicht.« Ein Teil des Umsatzes habe sich zudem auf das Onlinegeschäft verschoben, was wegen der höheren Kosten nicht ganz unproblematisch sei.

Wenn man zudem sehe, dass die Inflationsrate womöglich längere Zeit auf dem Niveau von fünf bis sechs Prozent verharre, dann könne man sich über die Zuwächse nicht recht freuen, so Wenner. Zwei Prozent Umsatzzuwachs →



Jonas Wenner, Bücher Wenner:

» Wir haben viel modernisiert und sind gut aufgestellt, aber die erhoffte große Erholung und Aufholjagd werden nicht so bald eintreten. Mit einer Entspannung rechne ich erst in einigen Jahren.

→ im Buchhandel bedeuteten unter dem Strich ein Minus von drei bis vier Prozent.

Herausfordernd für die kommende Zeit sei vor allem die Kostensteigerung auf vielen Gebieten, mit der die Preisentwicklung für Bücher nicht Schritt halte, so Wenner. »Die Preisbindung erlaubt es uns als Endverkäufern ja nicht, einfach die Preise zu erhöhen.« Die enorm gestiegenen Energiekosten der privaten Haushalte hätten zur Folge, dass weniger Geld für Bücher bleibe, so Wenner. Was die Buchhandlung selbst betrifft, ist Wenner froh, günstige Energieverträge abgeschlossen zu haben, die ihm kurzfristig keine Sorge bereiten. »2023 wird es bei unveränderter Marktlage aber auch für uns teurer.« Höhere Kosten kämen aber auf die gesamte Buchbranche zu, auch in der Logistik. »Ich erwarte schon, dass auch die Bücherwagendienste an der Preisschraube drehen.«

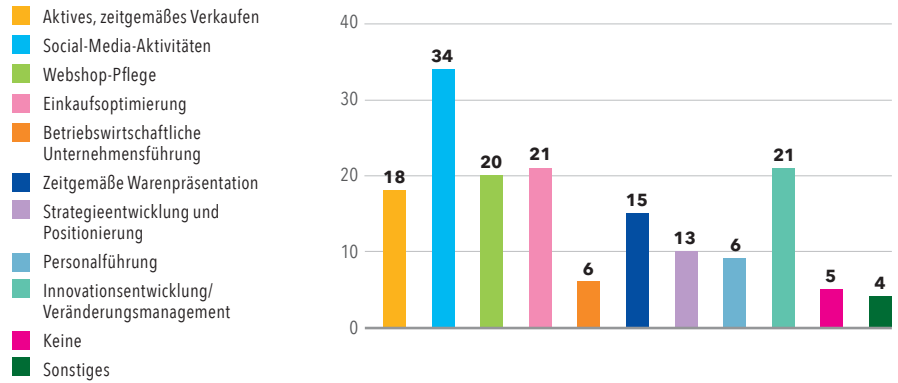
Ein weiterer Aspekt der derzeitigen Teuerung sei, dass die Löhne im Buchhandel zurückfallen und irgendwann vom dann gestiegenen Mindestlohn eingeholt werden. »Für Berufseinsteiger keine gute Perspektive«, meint Wenner. Sein Fazit: »Wir haben viel modernisiert und sind gut aufgestellt, aber die erhoffte große Erholung und Aufholjagd werden nicht so bald eintreten. Mit einer Entspannung rechne ich erst in einigen Jahren.«

Buchwert-Umfrage im Sortiment

Genaueren Aufschluss darüber, wie es den unabhängigen stationären Buchhandlungen in den vergangenen Monaten ergangen ist und welche Erwartungen sie an das laufende Jahr haben, liefert eine Umfrage von **Buchwert**. Die Verbundgruppe hat per 20. Februar (also kurz vor Beginn des Kriegs in der Ukraine) eine Online-Mitgliederumfrage durchgeführt. Beteiligt haben sich 64 Buchhandlungen, das entspricht rund einem Drittel der Mitglieder. Folgende

BUCHHÄNDLER WOLLEN SOCIAL-MEDIA-AKTIVITÄTEN VERBESSERN

Wo sehen Sie Weiterentwicklungsbedarf bei sich und / oder in Ihrem Team? Welche Themen möchten Sie 2022/2023 angehen? (Mehrfachnennungen möglich)



Quelle: Mitgliederbefragung Buchwert, Basis: 64 Buchhandlungen (33 Prozent der Buchwert Partner)

Ergebnisse hat die Befragung zutage gebracht:

- 79 Prozent der Buchhandlungen beschreiben ihre Stimmung als »gut« oder »eher gut«.
- 64 Prozent verzeichneten 2021 Umsätze über oder auf Vorjahresniveau.
- 61 Prozent rechnen 2021 mit einem Betriebsergebnis über oder auf Vorjahresniveau.
- 67 Prozent beschreiben ihre Liquiditätslage für 2022 als gut, weitere 25 Prozent als »eher gut (geringe Probleme zu erwarten)«.
- 63 Prozent haben Umsatzerwartungen für 2022 über beziehungsweise auf Vorjahresniveau.

Als dringlichste Branchenthemen nennen die Sortimenter »Sicherung der

Preisbindung« (69 Prozent) und »Bezahlbare Buchlogistik sicherstellen« (59 Prozent, siehe Grafik). Die größten Herausforderungen für dieses und nächstes Jahr sind »Frequenz Innenstadt/Stadtentwicklung« (67 Prozent), »Kostensteigerungen Betriebskosten« (59 Prozent) und »Kostensteigerungen Logistik« (55 Prozent). Für ihren Unternehmenserfolg wollen sich die Buchhändler:innen weiterbilden. Den größten Bedarf benennen sie im Bereich »Social-Media-Aktivitäten« (53 Prozent, siehe Grafik).

Michael Rosch, Geschäftsführer von **Buchwert**, zeigt sich erfreut, dass seine Mitgliedsbuchhandlungen die Pandemie auch im zweiten Jahr mehrheitlich gut überstanden zu haben scheinen. »Durch Corona ist die Attraktivität von Verbundgruppen gestiegen, die Unterstützungs- und Rationalisierungsmöglichkeiten sind für viele in den Fokus gerückt.« Buchwert habe jüngst drei neue Mitglieder gewinnen können, vier weitere seien »in der Pipeline«. Rosch ist sich aber auch darüber im Klaren, dass der Ukraine-Krieg und die Preissteigerungen zu einer allgemeinen Kaufzurückhaltung führen können. »Die Buchbranche hat sich jedoch schon häufig als weniger empfindlich gegenüber Konjunkturerbrüchen erwiesen«, meint Rosch. Er sei zuversichtlich, dass es auch dieses Mal so sein werde. **sb**



Michael Rosch, Buchwert:

» Die Buchbranche hat sich schon häufig als weniger empfindlich gegenüber Konjunkturerbrüchen erwiesen.