

Vertriebslinie Lebensmitteleinzelhandel

# Helfer in der Not

© fotoflash – Fotolia

Nach der Insolvenz des Mediengroßhändlers TMI wirft das Stuttgarter Barsortiment Koch, Neff & Volckmar sein Know-how im Buchvertrieb in die Waagschale. In Kooperation mit Buchpartner bietet KNV seine logistische Kompetenz für ein flächendeckendes Lieferantenkonzept im Lebensmitteleinzelhandel an.

**Einfach ist das Geschäft mit Medienprodukten** im Lebensmitteleinzelhandel wahrlich nicht. Wenige Großkunden dominieren das Geschäft, dementsprechend hart sind die Konditionen und der Zwischenbuchhandel kämpft mit Rentabilitätsproblemen. Eine „Baustelle“, die Verlage und Handelspartner gleichermaßen Kräfte kostet. Und was in diesem Geschäft Stein um Stein aufgebaut wurde, kann schnell Risse bekommen oder gänzlich einstürzen. Kurz vor der Frankfurter Buchmesse 2008 schockierte das Rack Jobbing-Unternehmen TMI die Branche mit einem Insolvenzantrag. Seit 1989 beliefert der Mediengroßhändler Lebensmittelfilialisten wie Edeka/

Marktkauf und Kaufland mit Büchern und elektronischen Medien. Bedeutende Umsätze drohten den Verlagen wegzubrechen. Schon während der Buchmesse kam als Gerücht auf, was sich Ende November konkretisierte. Der Stuttgarter Buchgroßhändler Koch, Neff & Volckmar (KNV) und Deutschlands zweiter großer Rack Jobber Buchpartner kooperieren künftig im Lebensmitteleinzelhandel.

Eingedenk des hohen täglichen Kundendurchlaufes im LEH ist das Umsatzpotenzial dort auch für Bücher enorm. Zumal sich „aufgrund der gesamten Anzahl der buchführenden Märkte sehr hohe Mengen pro Titel verkaufen lassen“, sagt Kai Gellert, der mit Vater Dieter Gellert die Geschicke der Darmstädter Buchpartner AG leitet. Das Unternehmen betreut hauptsächlich Großflächen, beispielsweise der Metro-Gruppe, von Edeka oder Rewe – exakt 3.072 Märkte aktuell. Mit KNV will Buchpartner nun sein Konzept für Kleinflächen ausbauen. „Eine sehr starke Standardisierung der Prozesse“ sei dabei unumgänglich, sagt Gellert. „Anfangen bei der Sortimentsauswahl, den Platzierungsrichtlinien vor Ort, den gesamten logistischen Abläufen inklusive Retourenprozess, den Anforderungen an die EDV-Systeme für eine Kassenanbindung, etc. müssen in Märkten mit sehr kleinen Buchabteilungen klare Richtlinien vorgegeben werden.“

Wie der Stuttgarter Buchgroßhändler KNV seinerseits dazu beitragen will, das Fundament im Geschäft mit dem LEH zu stabilisieren, erläutert Geschäftsführer Oliver Voerster.

**dnv:** Durch die Kooperation mit Buchpartner schafft sich KNV ein Standbein im Bereich LEH. Welche Beweggründe gab es, in den vergleichsweise äußerst schwierigen LEH-Markt einzusteigen?



© Buchpartner AG

Die Darmstädter Buchpartner AG betreut schwerpunktmäßig Großflächen im LEH (Abb.). Ein bereits beim Kunden Extra erprobtes Kleinflächenkonzept wurde jetzt verfeinert und gemeinsam mit KNV bei Tengemann umgesetzt

**Oliver Voerster:** Anstoß zu diesem Engagement gab die Insolvenz von TMI. Danach wandte sich Buchpartner an uns, um der gestiegenen Nachfrage vor allem nach logistischen Leistungen nachkommen zu können. Deshalb kann man weniger davon sprechen, dass wir uns ein Standbein im LEH schaffen, sondern wir unterstützen Buchpartner in erster Linie dabei, diese logistischen Anforderungen zu erfüllen. Buchpartner arbeitet intensiv daran, den Service, das Sortimentsangebot und spezielle Flächenangebote weiter zu verbessern – zugeschnitten auf die sehr heterogenen Anforderungen des LEH.



**Oliver Voerster,**  
KNV-Geschäftsführer

**dnnv:** Im langwierigen Verhandlungsprozess dürfte die Konditionenfrage an erster Stelle gestanden haben. Wie lautet Ihr Fazit zu den Verhandlungsgesprächen?

**Voerster:** Die Konditionenfrage, aber auch wesentliche sonstige Lieferbedingungen waren und sind in der Tat ein intensiv diskutiertes Thema. Mit den bisher üblichen Konditionenforderungen und Rahmenbedingungen des LEH kann ein qualitativ wettbewerbsfähiges Buchsortiment nicht im LEH aufgebaut werden. In den letzten Jahren hat es genügend Wechsel und Insolvenzen bei den Lieferanten gegeben mit dem Resultat, dass es inzwischen eigentlich nur noch einen bedeutenden und leistungsfähigen Überlebenden gibt: Buchpartner.

**dnnv:** Welche Handelspartner betreuen Sie jetzt gemeinsam?

**Voerster:** Im ersten Schritt haben wir über 200 Filialen von Kaisers/Tengelmann angebunden und bieten die Bestseller Taschenbuch Literatur/Sachbuch an. Im zweiten Schritt ist geplant, unsere Dienstleistungen auf weitere Handelspartner auszudehnen.

**dnnv:** Welche logistischen Kompetenzen bringen Sie speziell für den LEH ein?

**Voerster:** Wir führen in unserem Sortiment mit über 450.000 Artikeln alle LEH-relevanten Titel schon heute und haben als Auslieferer von Harry Potter 1 bis 7 genügend Erfahrung im Umgang mit Aktionstiteln und Großmengen. Logistisch können wir das LEH-Volumen über unsere leistungsfähige Logistik einfach mitbewältigen. Außerdem haben wir in den letzten Monaten wertvolle Erfahrungen mit Vendor Managed Inventory – der lieferantengesteuerten Bestandsregulierung – gesammelt, daher können wir die Anforderungen des LEH sehr gut nachvollziehen. Bereits seit längerem beliefern wir Buchhandlungen und Kaufhäuser mit kompletten Warengruppen oder Buchabteilungen.

**dnnv:** Kommen Ihnen dabei Erfahrungen aus der Belieferung von Bahnhofsbuchhändlern und Hertie-Filialen zugute?

**Voerster:** Wir haben die Erfahrung gemacht, dass es sich für unsere Handelspartner lohnt, wenn sie sich auf ihre Stärken im Einzelhandel konzentrieren und die Titelauswahl unserem spezialisierten Team von Einkäufern überlassen.

Durch eine gemeinsame Analyse der Regalperformance, die Absprache über Warengruppen, Lagerumschlaggeschwindigkeit und Quadratmeterumsatz können wir ein ideal passendes und verkäufliches Sortiment erstellen. Dabei bleiben wir flexibel, überprüfen die Regalperformance kontinuierlich und liefern permanent individuelle Nachlieferungen und Novitäten. Ob sich unsere Erfahrungen eins zu eins auf die Unterstützung von Buchpartner übertragen lassen, wird die Zukunft zeigen. Wir können aber sicher beide voneinander profitieren.

**dnnv:** Wie lautet Ihre Prognose für die Marktentwicklung im Buchgeschäft mit dem LEH?

**Voerster:** Das Buchgeschäft im LEH ist von hohen Anforderungen an Flexibilität, Dienstleistung und Warenverantwortung geprägt und das alles bei zu geringen Margen. So wie TMI und Buchpartner bisher mit dem LEH zusammengearbeitet haben, ging es nicht weiter. Einige Korrekturen sind dringend notwendig. Wir werden daran arbeiten, mit den wichtigen Entscheidern im LEH hier einen Weg zu finden, der eine stabile und zuverlässige Zusammenarbeit ermöglicht. Entsprechend werden wir unser Engagement ausrichten.

Aufgrund der ersten Kontakte sind wir überrascht und erfreut, mit welcher Offenheit die Handelspartner unser Angebot angenommen haben. Darüber hinaus sind wir davon überzeugt, dass sich unser Angebot weiterentwickeln lässt.

*(Die Fragen stellte Jeanette Hoffmann)*

## Bei den Verlagen nachgefragt: Zur Bedeutung des Vertriebskanals LEH

Sollen Buchflächen im LEH vernünftig bewirtschaftet werden, „sind starke Partner im Rackjobbing dafür unerlässlich“, sagt Joachim Kaufmann, Geschäftsführer des Hamburger Carlsen Verlages. Vor allem auch, damit „nicht andere Produkte auf diesen Flächen stattdessen verkauft werden“, betont er. Traditionell spielt der LEH als Vertriebskanal für Carlsen eine große Rolle. Wohlgermerkt nicht für alle Programmbereiche, aber – über das Portfolio des Anfang 2008 übernommenen Nelson Verlages hinaus – auch für Produktgruppen wie Pixi oder den Bestseller Harry Potter. Im Minibuch-Segment liegt der Marktanteil von Pixi und Nelson bei über 80 Prozent über alle Vertriebswege hinweg. Höher geht es kaum hinaus, vielmehr in der Erweiterung des Marktes sieht Carlsen Potenzial, „was wir beispielsweise mit einer ausgebauten Kasensplatzierung in den LEH-Märkten erreichen wollen“, sagt Kaufmann. Tests dazu laufen bereits. „Ich bin davon überzeugt, dass dieser Markt bei einer professionellen Betreuung einer der wenigen wirklichen Wachstumsbereiche im Buchmarkt ist“, so Kaufmanns Einschätzung.

Diese Meinung vertritt auch Johannes Hauenstein, Geschäftsführer Buch bei Carlsons ‚Branchenkollegen‘ Ravensburger. Ohne den Discounterbereich macht das Verlagshaus dort einen Umsatz von etwa fünf Prozent. Weniger die Jugendtitel des Verlags denn das Portfolio der Kinderbücher für den bis zu zehnjährigen Nachwuchs findet im LEH seine Käufer. Die stabilste Umsatzentwicklung, so Hauenstein, „haben wir bei den Real-Märkten (Metro-Gruppe), wo B.o.B. und Buchpartner seit Jahren als Rackjobber tätig sind.“



**Carlsen-**  
Geschäftsführer  
Joachim Kaufmann



**Johannes Hauenstein,**  
Geschäftsführer  
Ravensburger  
Buchverlag