

HANDEL

Englischsprachige Originalausgaben gelten als Warengruppe mit Wachstumspotenzial

Importe als Impulsgeber

Im stagnierenden Buchmarkt gewinnt das Thema »Sortimentserweiterung« weiter an Gewicht. Titel aus den USA und Großbritannien können der Umsatzkurve abrundende Impulse geben.



Durchkomponierter Auftritt:

Mit dem English Bookshop hat Dussmann eine Ladenfläche geschaffen, die laut Hauptabteilungsleiterin Susanne Hellmann mit Reminiszenzen an traditionelle englische oder amerikanische Buchhandlungen verknüpft ist. Das Konzept findet den Beifall der Kunden.

Der Wachmacher kam mit Zauberstab und Nickelbrille: Die wiederholten Siegeszüge der englischsprachigen „Harry Potter“-Originalausgaben auf der SPIEGEL-Bestsellerliste Mitte der 2000er-Jahre haben Buchimporte im Handel in ein neues Licht gesetzt. Heute spielen Titel aus den USA oder Großbritannien in der Sortimentsstrategie vieler Buchhändler eine feste Rolle. Die als Logistiker aktiven Barsortimente schreiben der Warengruppe signifikantes Wachstumspotenzial zu.

Buchgroßhändler bieten die logistische Struktur

„Der Handel hat fremdsprachige Bücher und insbesondere englischsprachige Titel als umsatzstarke Erweiterung des Sortiments eindeutig erkannt“, schildert **Moritz Hagenmüller**, Geschäftsführer des Barsortiments **Libri**. Die Hamburger nehmen für sich in Anspruch, alle im deutschen Markt gut gängigen englischsprachigen Titel auf Lager zu haben und damit über Nacht lie-

fern zu können. „Zusätzlich stehen mehrere Millionen Bücher als Besorgungstitel bereit, die die Buchhandlungen in der Regel innerhalb von 7 bis 14 Tagen fertig etikettiert und in der regulären Bücherwanne erreichen“, betont Hagenmüller. Das von Libri offerierte Systemlösungskonzept werde mittlerweile von mehr als 1000 Buchhandlungen eingesetzt. Hagenmüller: „Tendenz steigend. Das Interesse gilt Bestsellern, Boulevard, dann Schule und Special Interest. Zusätzlich haben Wissenschaftstitel in den letzten Jahren stark zugenommen, was sich auch in unserer Titelauswahl widerspiegelt.“

Eine „steigende Nachfrage aus dem akademischen Bereich“ beobachtet auch **Stefan Ebert**, Prokurist bei **Petersen Buchimport**. Das Unternehmen, im August 2009 komplett unter das Dach des Zwischenbuchhändlers **Umbreit** gezogen, kalkuliert ebenfalls mit einem wachsenden Marktanteil englischsprachiger Titel. Ebert: „Nach unseren Eindrücken nimmt die Zahl der Buchkäufer, die nicht auf eine Übersetzung warten wollen, weiter zu.“

Auch für kleinere und mittlere Buchhandlungen werden fremdsprachige Bücher laut Ebert zunehmend ein Thema. Dort ist allerdings eine höhere Beratungsintensität des Petersen-Außendienstes gefragt. Bei den großen Filialisten, die eigene englischsprachige Abteilungen betreiben, ist geschultes Personal in der Mehrheit die Regel. **Thalia**, **Hugendubel** und die **Mayersche** zählen zu den

buchreport.datei

Die meistverkauften englischsprachigen Titel im 1. Halbjahr 2011

Platz/Autor	Titel	Verlag
1 Elizabeth George	This Body of Death	Hodder & Stoughton
2 David Nicholls	One Day	Hodder & Stoughton
3 Donna Leon	A Question of Belief	Random House UK
4 John Grisham	The Confession	Random House UK
5 Dan Brown	The Lost Symbol	Transworld Publishers
6 Ken Follett	Fall of Giants	Pan Macmillan
7 Siri Hustvedt	The Summer Without Men	Picador USA
8 Ian McEwan	Solar English edition	Random House UK
9 Mark Haddon	The Curious Incident of the Dog in the Night-Time	Vintage
10 Patrick Rothfuss	The Wise Man's Fear	Orion
11 Marian Keyes	The Brightest Star in the Sky	Penguin
12 Elizabeth Gilbert	Eat Pray Love	Bloomsbury Publishing
13 Simon Beckett	The Calling of the Grave	Transworld Publishers
14 Nicholas Sparks	Safe Haven	Little Brown Book Group
15 Val McDermid	Trick of the Dark	Little Brown Book
16 Elizabeth Gilbert	Eat Pray Love, Engl. Edition	Bloomsbury Publishing
17 Karin Slaughter	Broken	Random House UK
18 Jane Austen	Pride and Prejudice	Penguin
19 Stinson & Kuhn	The Bro Code	Fireside
20 Marion Keyes	This Charming Man	Penguin

Quelle: buchreport

Großen, die auch in diesem Segment Flagge zeigen. „Das Interesse der Kunden ist nicht überwiegend auf Bestseller konzentriert. Die Breite wird immer wichtiger“, konstatiert **Hartmut Falter**, geschäftsführender Gesellschafter des Aachener Filialisten.

Direktbezug bleibt eine interessante Option

Zu den Vorreitern im Geschäft mit den nicht preisgebundenen Titeln gehört **Dussmann** in Berlin. Vor sieben Monaten hat der Medienhändler seinen **English Bookshop** aufgeschlossen. Die neu eingerichtete Verkaufsfläche präsentiert auf 300 qm und zwei Etagen laut Geschäftsführung „Deutschlands größtes Angebot an englischsprachigen Büchern“. Rund 50 000 Titel werden offeriert. „Unsere Mitarbeiter erhalten täglich ein extrem positives Feedback“, schwärmt **Susanne Hellmann**, Mitglied der Geschäftsleitung und als Hauptabteilungsleiterin Fachbuch, Sachbuch und Noten auch für den English Bookshop zuständig. Ihre Prognose: „Der Englischunterricht startet in den Schulen immer früher und nimmt immer mehr zu. So haben wir quasi eine konstant nachwachsende Zielgruppe an Menschen, die englisch sprechen und sich für ein englischsprachiges Sortiment interessieren.“

Bei der Besorgung von englischsprachigen Originalausgaben mischen im Übrigen nicht nur Barsortimente und Importeure mit. Mit **Penguin Books Deutschland** sucht seit Anfang der 80er-Jahre die angloamerikanische **Pearson-Tochter Penguin** den direkten Weg zum Buchhandelskunden. Das Unternehmen mit Sitz in Frankfurt wird von **Edith Strommen** geleitet. „Im Vergleich zum Euro steht das britische Pfund derzeit sehr niedrig. Buchhändler, die sich für den Direktbezug entscheiden, können momentan besondere Schnäppchen machen“, wirbt Strommen. Sortimentler, die bei Penguin Books Deutschland ordern, beginnen bei einem Einstiegsrabatt von 37,5% auf den empfohlenen Ladenpreis in britischen Pfund. „Je nach individueller Bestellmenge kann der Rabatt bis auf 40% und mehr steigen“, lockt Strommen. Penguin Books Deutschland packt überdies in regelmäßigen Abständen Aktionspakete, bei denen weitere Preisnachlässe gewährt werden.

INTERVIEW



Rudolf Sommer, Buchhändler und Betriebswirt, ist seit 1994 für den Einkauf beim Barsortiment KNV verantwortlich.

Anreiz für eine Profilierung mit dem Preis

Welche Rolle spielen englischsprachige Titel im Portfolio von KNV?

Sie spielen eine große Rolle. Wenn wir überlegen, welche Buchwarengruppen ein sicheres Wachstum im stagnierenden Buchmarkt in den nächsten Jahren versprechen, fallen uns nicht mehr so viele Warengruppen ein. Die englischen Originalausgaben sind sicher dabei. Die Bereitschaft, gerade bei der jüngeren Lesergeneration, zwischen den Sprachen hin und her zu switchen, ist durchaus ausgeprägt, wenn diese Generation überhaupt noch liest. Auf jeden Fall lohnt es sich, ein Sortiment an englischen Originaltiteln bereitzuhalten.

Hat das Interesse im stationären Handel weiter zugenommen?

Zum Teil werden die Chancen erkannt, wie das Beispiel Dussmann in Berlin zeigt. Zum Teil scheuen Sortimentler aber auch noch den Ver-

such. Dabei bietet gerade das Barsortiment die elegante Möglichkeit, verlagsübergreifend und gebündelt ein Sortiment auszuprobieren.

Ist das Interesse überwiegend auf Bestseller konzentriert?

Nein, nur 40% unseres Umsatzes machen wir im populären Bereich mit Romanen und Bestsellern. Wichtig sind bei uns auch Sachbücher, Fachbücher, Schulbücher und wissenschaftliche Titel. Es ist schon die ganze Bandbreite, die wir bieten und die auch nachgefragt wird.

Ist das Thema auch für kleinere und mittelgroße Buchhandlungen interessant?

Selbstverständlich, es kommt auf das Publikum an. Auch in Kleinstädten kann die örtliche Buchhandlung mehrere Tausend Euro Umsatz mit englischsprachigen Titeln erzielen. Ausschlaggebend ist das lokale Umfeld, zum Beispiel die Nähe zu einer Großstadt. Außerdem spielen Touristen eine große Rolle. Das Problem besteht darin, dass die Kunden oft nicht wissen, dass die Buchhandlung englische Bücher führt und vor allem den Über-Nacht-Bestellservice über das Barsortiment auch bei diesen Titeln bietet. Die Kunden bestellen dann im Internet und dem stationären Buchhandel geht einmal mehr attraktiver Umsatz verloren.

Welche unterstützenden Maßnahmen bietet KNV interessierten Händlern an?

Wir bieten eine ganze Reihe von Hilfestellungen. Dazu gehören zum Beispiel Webseminare, unter anderem zu den Themen Auffindbarkeit der Titel in der Datenbank, Marktinformationen und Erstellung eines Sortiments. Hinzu kommen der halbjährliche Novitätenkatalog, regelmäßige Newsletter, aktuelle Titelübersichten, etwa die Originalausgaben zu den SPIEGEL-Bestsellern im Buchhandelsportal und Dekomaterial. Erfolgreich laufen auch die Warengruppen-Abonnements englischer Bücher. Falls gewünscht, erfolgt auch eine individuelle Beratung durch eine kompetente Mitarbeiterin speziell für diese Importtitel.

Wie gehen Sie bei der Preisgestaltung vor?

Die englischen und amerikanischen Titel sind die einzige Buchkategorie, in der ein Preiswettbewerb möglich ist und auch praktiziert wird. Wir wollen unseren Kunden attraktive, günstige Einkaufspreise bieten. Wir empfehlen dem Buchhändler aber gleichzeitig, das Pricing nach den örtlichen Gegebenheiten vorzunehmen. In einer Buchhandlung im Flughafen etwa können einfach höhere Preise genommen werden als in einer Kleinstadt.