

KULTUR UND GESELLSCHAFT

Organisationseinheit : 46

Reihe : LITERATUR 19.30

Kostenträger : P.6.2.110

Titel der Sendung: David und Goliath

Von Buchhändlern und Lesern in Zeiten digitaler Medien

Autor : Ursula Escherig

Redaktion: : Sigried Wesener

Sendetermin : 27.02.2015

Besetzung : Autorin
: Zitator

0-Ton /Musik

Regie :

Urheberrechtlicher Hinweis:

Dieses Manuskript ist urheberrechtlich geschützt und darf vom Empfänger ausschließlich zu rein privaten Zwecken genutzt werden. Jede Vervielfältigung, Verbreitung oder sonstige Nutzung, die über den in den §§ 45 bis 63 Urheberrechtsgesetz geregelten Umfang hinausgeht, ist unzulässig

© Deutschlandradio

Deutschlandradio Kultur

Funkhaus Berlin

Hans-Rosenthal-Platz

10825 Berlin

Telefon (030) 8503-0

Ursula Escherig

-

Tel: 8058 4484/ Mobil: 0177/ 826 17 75

David und Goliath

Von Buchhändlern und Lesern in Zeiten digitaler Medien

Sendung: 27.2.2015 19.30 Uhr

MUSIK 1: Paolo Conte „Snob“, Track 9, darüber

O-TON 1: Katharina von Uslar

Ich freue mich riesig, dass Sie da sind, Herr Gysi. Ich bin sehr stolz und finde es phantastisch. Ich bin sehr froh, dass Sie zu so, so vielen da sind. Das ist wirklich unglaublich. Ich möchte kurz noch einmal erklären für die Leute, die es noch nicht erlebt haben. Die Lieblingsbücher von Gregor Gysi gestalten sich derart: Wir haben ihn gebeten, seine fünf Lieblingsbücher vorzustellen. Das können neue Bücher sein. Es können aber auch die ewigen Favoriten sein.

MUSIK 1: kurz hochziehen, dann darüber

O-TON 2: Gregor Gysi

Einen schönen guten Abend, meine Damen und Herren. Bei dem Sofa besteht natürlich eigentlich die Gefahr, dass ich einschlafe. Sie werden das verhindern. Meine Lieblingsbücher, das ist klar, die habe ich alle mitgebracht. Das ist „Das Kapital“, Band 1, Band 2 ...

Nein, das erwarten Sie nicht im Ernst. Ich muss Ihnen aber sagen, ich lese gerne Krimis, so Mankell zum Beispiel oder auch Harris' „Vaterland“. Dieser entsetzliche Roman, wie es weitergegangen wäre, wenn Deutschland den Zweiten Weltkrieg gewonnen hätte.

Also ich fange mal an mit jemandem, den ich sehr, sehr schätze. Das ist Fjodor Dostojewski. Dazu muss ich sagen, dass alles, was er schreibt, immer so ist, dass einem ganz gruselig wird. Also er baut einen ja nicht auf, sondern ab. Aber bei „Schuld und Sühne“ hat er den genialsten Kommissar in der Welt, muss ich sagen.

MUSIK 1: hochziehen und ausblenden**AUTORIN:**

Buchhandlung Uslar&Rai, Schönhauser Allee, Berlin-Prenzlauer Berg: Im hinteren Teil des Geschäfts sitzt Gregor Gysi entspannt auf einem Sofa, das auf einer kleinen Bühne steht. Auf die Lesung hat er sich gut vorbereitet, seine Lieblingsbücher sind mit Markierungen bestückt. Und das Ganze macht ihm riesigen Spaß. Es ist, so sagt Gysi später, ein schöner Kontrast zur meist sehr trockenen Lektüre des politischen Alltags.

Die Buchhandlung von Katharina von Uslar und Edgar Rai wurde Ende November 2012 eröffnet: Rund 135 qm, ein langgestreckter, heller Raum, der auch an diesem Abend sehr voll ist. Das Publikum hat die Ideen von Uslar&Rai angenommen – es ist eine Buchhandlung ganz nach deren Wünschen und Vorstellungen:

O-TON 3: Katharina von Uslar

Die Frage war wieder einmal: Was hätten wir gerne? Und oft finden wir, der Edgar Rai und ich, Lesungen langweilig oder langatmig. Öde Fragerunden, wo alle schweigen, und das wollten wir nicht haben. Die Idee ist: Was kann man noch anstellen, was interessiert Leute? Das Konzept für die Reihe „Die Lieblingsbücher von ...“ zielte gar nicht unbedingt nur auf Prominente ab. Wobei sich dann immer mehr herauskristallisiert hat, dass das Interessante nicht die Bücher sind, die sie vorstellen, sondern natürlich der Mensch, den man dadurch besser kennenlernt. Deshalb hat sich das jetzt immer mehr ein bisschen zu so einem Prominentenrummel entwickelt.

AUTORIN:

Man braucht Leidenschaft und Mut, um heutzutage noch eine Buchhandlung zu gründen. Zumal am Prenzlauer Berg, wo es bereits rund 30 solcher Läden gibt. Doch am Werk sind zwei optimistische Enthusiasten: Katharina von Uslar hat ihren alten Beruf als Buchgestalterin und Designerin aufgegeben; ihr Geschäftspartner, der Schriftsteller Edgar Rai, ist nun auch Buchhändler geworden

O-TON 4:

Von einer Vision zu reden, wäre echt übertrieben. Aber wir hatten ein Bild von dieser Buchhandlung im Kopf. Es sollte immer, muss ich jetzt einmal so pathetisch sagen, ein Ort sein. Ein Ort war für uns etwas, wo man nicht nur hingeht, um etwas zu kaufen, sondern weil man auch gerne dort ist. Es war klar, dass man, außer um Bücher zu kaufen, auch dort hingeht, um Leute zu treffen. Veranstaltungen so wie Einrichtung so wie Sortiment entsprechen genau dem, was Edgar Rai und ich gerne in einer Buchhandlung finden würden. Das heißt, die ganze Sache ist sehr subjektiv, von oben bis unten, angegangen. Wir hatten uns immer gedacht: Wenn man es nur an dem richtigen Ort macht, wo man seine Kunden einordnen kann, dann hat es eine Zukunft.

AUTORIN:

Zeitsprung in eine andere Geschichte vom Glück des Bücherverkaufens. Sie spielt vor knapp 100 Jahren in Manhattan: Dort gründeten Madge Jenison und Mary Mowbray-Clarke die Buchhandlung „The Sunwise Turn“. Sie entwickelte sich schnell zum Treffpunkt für Künstler und Intellektuelle – die junge Peggy Guggenheim etwa arbeitete dort als unbezahlte Aushilfe.

Jenison hat diese Geschichte „eines schönen, abenteuerlichen und aufregenden Unterfangens“ aufgeschrieben. Ihr Buch ist 1923 erstmals erschienen und wurde in der Edition Ebersbach neu aufgelegt. Es ist mit Herzblut und Sachverstand zugleich verfasst – „Eine Liebeserklärung an die Welt der Bücher“, wie es jetzt im Untertitel heißt. In der Erstausgabe war im Untertitel noch von der „menschlichen Komödie des Bücherverkaufens“ die Rede.

Hingabe, Engagement und Selbstaussbeutung gehören zu diesem Beruf offenbar dazu, so beschreibt es die Autorin Jenison. Auch bei den New Yorker Buchhändlerinnen ging es um Selbstverwirklichung, um die Erfüllung eines Lebenstraums. Sie hatten eine bestimmte Vision im Kopf:

ZITATOR:

Das Geheimnis unseres Erfolgs war, dass wir die Buchhandlung zu einem magischen Ort machen wollten, der sich von anderen abhob und in dem schon der Kauf eines Buches zu einem aufregenden Erlebnis wurde. Das war von Anfang an unser Ziel, und je mehr wir uns in die Idee vertieften, desto

mehr traf es zu.

(...) Und so wurde der Laden – nicht, weil wir uns das so ausgemalt hatten, sondern weil Bücher zu verkaufen einfach etwas Persönliches ist – zu einem sehr persönlichen Ort. Nie wiesen wir jemanden ab, der etwas von uns wollte.

(Madge Jenison: Sunwise Turn. Eine Liebeserklärung an die Welt der Bücher. Edition Ebersbach, 2014)

AUTORIN:

Andere Zeiten, doch ähnliche Erfahrungen wie bei Usler&Rai: Die Buchhandlung wird zum Treffpunkt für Literaturfreunde jeglicher Couleur. Eine andere Gründungsinitiative hat sogar Literaturgeschichte geschrieben. Mit den Ersparnissen ihrer Mutter verwirklichte die Amerikanerin Sylvia Beach im November 1919 in Paris ihren Wunschtraum:

ZITATOR:

Es machte großen Spaß, meinen kleinen Laden für den Buchhandel einzurichten. Ich folgte dem Rat meiner Freunde (...) und ließ die ziemlich feuchten Wände mit Sackleinen bespannen. (...) Ein Tischler stellte Regale auf und richtete die Fenster her, so daß man darin Bücher ausstellen konnte. (...) Dann erschien ein „Spezialist“ und malte den Namen „Shakespeare and Company“ über den Eingang. Der Name fiel mir eines Nachts im Bett ein.

(Sylvia Beach: Shakespeare and Company. Ein Buchladen in Paris. Suhrkamp Verlag, 2012)

AUTORIN:

Knapp 23 Jahre lang, bis zur Besetzung von Paris im Jahre 1941, war die amerikanische Buchhandlung und Leihbücherei ein Treffpunkt für Dichter und Musiker - von André Gide über T.S. Eliot bis hin zu John Dos Passos und Henry Miller. Einer der besten Kunden war Ernest Hemingway, so schildert es Beach in ihren 1956 verfassten Erinnerungen.

Dort werden auch die Angewohnheiten eines anderen guten Kunden beschrieben: James Joyce lieh immer sehr viele Bücher aus und brachte sie erst nach Jahren zurück. Das war dennoch kein Hindernis für verlegerischen Wagemut, der die Buchhändlerin berühmt machte: Beach veröffentlichte 1922 den „Ulysses“. Der Autor hatte zuvor vergeblich versucht, das Buch in einem

englischsprachigen Land zu publizieren.

MUSIK 2: Paolo Conte „Snob“, Track 11, darüber

ZITATOR:

Der Unterschied zwischen uns und den „Großen“ ist banal und ein wenig kitschig: Wir leben unseren Traum und wollen damit einigermaßen unser Leben finanzieren. Und die wollen Profit machen, und zwar jedes Jahr mehr. Unser Auto ist ein Lieferwagen, den Skiurlaub verbringen wir auf der Selbstversorgerhütte. (...)

Aber das macht uns meistens nichts aus, denn wir alle sind Buchliebhaber, um nicht zu sagen: Verrückte. Und auch wenn es in unsere von Wachstumsmanie und Profitrausch geprägte Zeit absolut nicht hineinpasst: Wir sind zwar Verkäufer, könnten uns aber niemals vorstellen, irgendetwas anderes als Bücher zu verkaufen.

(Petra Hartlieb: Meine wundervolle Buchhandlung. Dumont Verlag, 2014)

MUSIK 2: wieder hochziehen und ausblenden

AUTORIN:

... schreibt Petra Hartlieb in ihrem Buch „Meine wunderbare Buchhandlung“. Im Jahr 2004 übernahm sie eine gerade geschlossene Wiener Traditionsbuchhandlung. Es war ein Sprung ins kalte Wasser: Sie hatte ihren alten Job als Pressereferentin gekündigt und zusammen mit ihrer Familie ein völlig neues Leben begonnen. Sie wohnten nun in den Räumen über der Buchhandlung – Beruf, Leidenschaft und Privatleben verschmolzen zu einem großen Ganzen.

Hartlieb, auch Teil des Krimiduos Hartlieb&Bielefeld, erzählt mit Humor und Witz vom Alltag, den Sorgen und Freuden ihres fachfremden Buchhändlerinnen-Daseins. Es ist eine Erfolgsgeschichte geworden, vor einigen Jahren konnte sie eine zweite Buchhandlung eröffnen. Und doch schwingt eine gewisse Bitterkeit mit, wenn Hartlieb ihren ärgsten Feind beschreibt:

ZITATOR:

Doch mittlerweile sitzt die Konkurrenz nicht in den großen Einkaufsstraßen oder Shoppingcentern, die Konkurrenz aller Buchhändler, egal ob groß oder klein, ist im Internet und heißt Amazon. Gespeist von der Bequemlichkeit der Menschen, die mit zwei, drei Klicks ihren Einkaufskorb füllen und ihr Konto leeren, die nicht aus dem Haus gehen oder aus dem Büro, weil sie keine Zeit mehr haben oder sich *einbilden*, keine Zeit mehr zu haben. Und drei Tage später bringt ihnen ein Botendienst Bücher, Kleider, Schuhe, CDs, Toaster und anderes bis vor die Wohnungstür.

AUTORIN:

Die Wege, auf denen der Leser zum Buch gelangen kann, haben sich radikal verändert: Die große Welt des blinkenden Online-Angebots ist nie weiter entfernt als eine kurze Bewegung des Zeigefingers.

Das Internet wurde schon als Totengräber des stationären Buchhandels ausgerufen, der viele Jahre mit sinkenden Umsatzzahlen zu kämpfen hatte. Doch im Jahr 2013 gab es eine Trendwende, die weiterhin anhält: Der Sortiments-Buchhandel legte um fast ein Prozent zu, der Online-Umsatz war erstmals rückläufig und sank um 0,5 Prozent, so die Zahlen des Börsenvereins des Deutschen Buchhandels. Immer noch werden rund 48 % der Bücher im Geschäft verkauft.

Doch ein Buchladen ist nicht einfach nur ein Geschäft. Und das Buch ist keine gewöhnliche Ware. „Wir verkaufen das schönste Produkt, das es gibt. Wir verkaufen Geschichten“, so beschreibt Hartlieb ihre Arbeit.

Es gibt Wahl- und Geistesverwandtschaften in der Branche: „Stories!“ hat Annerose Beurich ihre 2008 in Hamburg-Eppendorf eröffnete Buchhandlung genannt. Sie wollte einen Lebenstraum verwirklichen – mit einem ganz bestimmten Konzept:

O-TON 5: Annerose Beurich

Ich habe das Glück, das ich mein ganzes Leben lang schon Buchhändlerin sein darf. Ich habe also meine Ausbildung mit 16 begonnen und bin jetzt seit über 35 Jahren in der Branche. Ich habe zum Teil in Buchhandlungen gearbeitet, dann auch sehr lange Zeit im Großhandel. Aus all dem, was ich gesehen

und erlebt habe, hat sich bei mir so eine Vision geformt, dass ich dachte: Es muss möglich sein, für einen Kunden das Beste aus zwei Welten abzubilden. Also zum einen wirklich das, was wir alle unter „Tante Emma“ kennen, lieben und verstehen. Was ganz Persönliches, was ganz Intimes, ein Ort, an dem ich gekannt werde.

Das aber gepaart mit einer hochprofessionellen Atmosphäre, die sich widerspiegelt in Einrichtung, in Service-Angeboten, in der Ansprache. Und das habe ich versucht, in dieser Buchhandlung abzubilden. Weil ich immer davon überzeugt war, dass ich damit gewinnen kann. Dass das eine so charmante Mischung ist, indem ich einfach den Kunden nicht vor die Wahl stelle zwischen Intimität und Professionalität.

AUTORIN:

Ihre Buchhandlung zeigt sich als liebevoll ausgestattete Bühne, die Lust auf die Hauptdarsteller machen soll. Weiße Regale, edle Materialien, sorgfältige Innenarchitektur. Viele Bücher stehen nicht Rücken an Rücken, sondern werden in Schaukästen präsentiert. Den Neuerscheinungen sind die jüngsten Rezensionen beigefügt. In der Mitte des rund 175 qm großen Ladens gibt es einen kleinen Lesesaal: An einem schweren, langen Holztisch kann man bei Kaffee oder Tee schmökern und Kunst- und Fotobücher anschauen.

Die Menschen lesen weniger und kaufen lieber im Internet? Hier jedenfalls nicht. Hier zählen gute, alte Buchhändler-Tugenden: Orientierung im Bücherdschungel und ein Gespür für die Wünsche der Kunden:

O-TON 6: Annerose Beurich

Wenn ein Kunde sich entscheidet, seinen Einkauf nicht online zu tätigen, dann muss er da was finden, was es online eben nicht gibt. Und das ist in erster Linie, glaube ich, das Thema Beratung, persönliche Ansprache, einfach etwas, was nicht anonym ist, eine Kundenkenntnis. Ansonsten gibt es für ihn keinen Grund. Weil alles andere ist aufwendiger, als es online zu tun. Online habe ich einen Klick.

Und das heißt: Ich suche die Kommunikation und ich suche die Beratung. Und die Beratung ist zum einen das persönliche Gespräch, aber es ist natürlich auch die Vorauswahl, die ich treffe. Es erscheinen jedes Jahr 100 000

neue Bücher im Sortiment. Und ich muss mich ja als Kunde darauf verlassen können, dass derjenige, dem ich da mein Vertrauen schenke, schon einmal eine Vorauswahl für mich trifft.

AUTORIN:

Beurichs Konzept aus Intimität und Professionalität ist aufgegangen: Im November 2011 konnte sie eine Filiale von „Stories!“ im Hamburger Hanse-Viertel eröffnen.

Kleinere, inhabergeführte Buchhandlungen stellen sich auf ihre Weise den mit der Digitalisierung einhergehenden Wandel von Kauf- und Lesegewohnheiten. Sie kämpfen mit innovativen Veranstaltungskonzepten, Einfallsreichtum und Originalität um Kundenpräsenz und Kundenbindung.

O-TON 7: Annerose Beurich

Wir haben nach der Gründung, ungefähr ein halbes Jahr danach, begonnen mit einer Veranstaltungsreihe, die wir „Abendbrot“ nennen. Das ist eigentlich aus so einer Idee entstanden, hier in diesem Lesesaal Menschen an einen Tisch zu bringen und ein Forum zu bieten, über Bücher zu reden. Also gedacht war es wirklich mehr so wie ein Gesprächskreis. Es waren auch am Anfang nur so zehn Menschen da, und wir haben nur drei Bücher vorgestellt.

Und dann hat sich das im Laufe der Jahre zu einem echten Erfolgsformat entwickelt. Das Konzept ist immer noch das gleiche. „Abendbrot“ heißt, es gibt handgeschmierte Wurst- und Käseschnittchen und ein Glas Wein für Jeden. Mittlerweile sind es nicht mehr zehn, sondern jeweils achtzig Personen, die dann doch schon etwas zusammengekuschelt hier sitzen.

Und die Veranstaltung erfreut sich einer ungeheuren Beliebtheit. Bücher sind dadurch anfassbar geworden. Und dadurch, dass wir sehr unterschiedliche Charaktere, Alter und Persönlichkeiten im Team haben, ist das natürlich eine ganz bunte Mischung von Romanen, Krimis, auch mal ein Kinderbuch oder Sachbücher, je nachdem, wer vorstellt.

MUSIK 3: Paolo Conte „Snob“, Track 13, darüber

ZITATOR:

Bücher enthalten die Gedanken und Träume der Menschen, ihre Hoffnungen, ihr Streben, alles, was ihnen unsterblich ist. Aus Büchern lernen die meisten von uns, wie lebenswert das Leben doch ist. (...)

Sie sind der Ursprung von fast allem, das wert ist, in unseren Herzen bewahrt zu werden. Gute Bücher unter die Leute zu bringen, sie als Saat in fruchtbaren Boden zu bringen; Verständnis und Achtung vor dem Leben und der Schönheit zu verbreiten – ist das nicht die höchste Aufgabe überhaupt? Der Buchhändler ist der eigentliche Streiter für die Wahrheit.

(Christopher Morley: Das Haus der vergessenen Bücher. Atlantik Verlag, 2014)

MUSIK 3: hochziehen und ausblenden

AUTORIN:

Christopher Morleys Roman „Das Haus der vergessenen Bücher“ ist eine Liebeserklärung an den Berufsstand der Buchhändler. „Ihnen ist dieses kleine Buch in achtungsvoller Gewohnheit zugeeignet“, so heißt es in der Widmung. Morley war Schriftsteller, Herausgeber einiger Zeitschriften, Rezensent und Kolumnist.

Sein Roman ist 1919 erstmals erschienen und wurde bei Atlantik neu aufgelegt. Schauplatz ist ein Antiquariat in Brooklyn, das Reich des Bibliomanen Roger Mifflin. „Geistige Unterernährung“ betrachtet er als ernstes Leiden, für das er die „richtige Medizin“ empfiehlt:

ZITATOR:

Ich vertreibe keine Ware, sondern habe mich darauf spezialisiert, das Buch dem Bedürfnis meines Gegenübers anzupassen. (...) Ich mache mir die Freude, meinen Patienten Bücher zu verschreiben, jenen Kunden also, die bereit sind, mir ihre Symptome zu nennen. Manche Leute haben ihre Lesefähigkeit verkümmern lassen, sodass mir nur noch die Autopsie bleibt. Die meisten aber sind noch heilbar. Niemand ist so dankbar wie der Mensch, dem man genau das Buch gegeben hat, das seine Seele brauchte, obgleich er es nicht wusste.

(Christopher Morley: Das Haus der vergessenen Bücher. Atlantik Verlag, 2014)

O-TON 8: Annerose Beurich

Ich glaube, es gibt überhaupt nichts, wo man so viel von sich preisgibt und auch von einem anderen erfährt wie beim Gespräch über Bücher. Wir reden einfach nicht über eine fremde Materie, sondern jeder erzählt ja gleichzeitig mit seinem Buchwunsch auch etwas über seine Ideen, über seine Vorlieben, über seine Gefühle. Beide tun das. Und insofern ist ein Gespräch über Bücher etwas fast Intimes. Es hat eine Verlockung. Wir sind Menschen.

AUTORIN:

In Deutschland gibt es rund 6000 Buchhandlungen, 90 Prozent davon sind kleinere, unabhängige Geschäfte. Marktbeherrschend sind allerdings die restlichen zehn Prozent, nämlich die Filialisten der großen Buchhandelsunternehmen: Sie erzielten über zwei Drittel des Jahresumsatzes im stationären Buchhandel von rund 4,6 Milliarden Euro im Jahr 2014. Der Anteil des Internetbuchhandels am Gesamtumsatz der Branche von knapp zehn Milliarden Euro lag bei etwa 1,6 Milliarden Euro.

Es ist schließlich der Kunde, von dem das Überleben des unabhängigen Buchhandels abhängt. „Der Kunde ist König“, so heißt seit 1994 das Erfolgsrezept des Amazon-Gründers Jeff Bezos: „Wir betrachten unsere Kunden als geladene Gäste auf einer Party, und wir sind die Gastgeber“, lautet einer seiner markigen Sätze zur Geschäftsphilosophie.

Dieser Anspruch setzte Maßstäbe, auf die sich viele stationäre Buchhandlungen erst einstellen mussten. Mittlerweile sind über 81 % der deutschen Buchläden mit einem Online-Shop und einem eigenen Internet-Auftritt ausgestattet – so ist auch hier der beim Käufer so begehrte Rund-um-die-Uhr-Service garantiert.

O-TON 9: Annerose Beurich

Ich habe eine Grundmaxime: Die heißt, den Kunden niemals vor die Entscheidung zu stellen zwischen komfortablem Einkaufen und der Zuneigung für diese Buchhandlung. Das heißt, dass wir ihm immer alles anbieten, was er von großen Buchhandlungen und auch von online-Anbietern gewohnt ist: Umtausch, Ansichtslieferungen, portofreie Zusendung, Geschenkverpackungen, keine Reglementierung in Bezug auf ec- oder Kreditkartenbezahlung.

Was Ihnen auch immer einfällt, was Sie als Kunde komfortabel finden, das

kriegen sie bei uns. Ich glaube, es muss selbstverständlich sein, dem Kunden das Gefühl zu geben: Er muss bei uns auf Nichts verzichten.

AUTORIN:

...sagt die Hamburger Buchhändlerin Annerose Beurich. Sie blickt mit Gelassenheit in die Zukunft des Mediums Buch und ihres Berufsstandes:

O-TON 10: Annerose Beurich

Das Medienverhalten verändert sich, die Altersstruktur verändert sich. Aber trotzdem, glaube ich, wird es einfach dieses generische Bedürfnis der Menschen nach Geschichten, egal in welcher Form, immer geben. Unsere Aufgabe ist eben, da ganz dicht dranzubleiben.

Das Bedürfnis bleibt das Gleiche, das Medium verändert sich vielleicht. Also müssen wir uns mit verändern. Und das ist unsere Aufgabe: Nicht festhalten. Und das haben wir zum Beispiel auch erlebt. Wir verkaufen unglaublich viele DVDs, Serien, da sind wir ganz vorne mit dabei. Wir haben Musik in unser Sortiment aufgenommen. Wir verkaufen natürlich auch den E-Reader.

Also die Geschichte bleibt, das Medium verändert sich. Und wir verändern unser Angebot eben außen herum.

AUTORIN:

Jedes Geschäft, ganz gleich, wie groß oder klein es auch sein mag, steht im direkten Wettbewerb mit Buchhandelsketten und mit dem Online-Riesen Amazon. Dort kann man so gut wie jede Ware kaufen. Man könnte es sich also vielleicht auch leisten, sein Buchgeschäft für eine Weile als Non-Profit-Bereich zu führen – bis die Konkurrenz allmählich ausstirbt.

Die digitale Revolution ist die größte Veränderung unserer Zeit. Ihre Vorteile liegen auf der Hand: Mehr Information, mehr Kommunikation, mehr Unterhaltungsmöglichkeiten. Zugleich wird über die Nachteile der unendlichen Freiheit im Netz diskutiert.

Dabei geht es auch um kulturelle Errungenschaften. So wie das Kulturgut Buch erscheint inzwischen der Berufsstand der Buchhändlerinnen und Buch-

händler ebenfalls als schützenswert. Die Buchhandlung ist eine kulturelle Institution, die in unsere Innenstädte gehört:

ZITATOR:

Der Mensch lebt nicht vom Brot allein, heißt es in der Bibel. Nein, der Mensch lebt von dem, was seine Seele, seinen Intellekt nährt, was Sehnsüchte weckt, Erkenntnis fördert, heiter stimmt, traurig macht. Das alles können Bücher; richtige nicht-digitale Bücher. Und weil das so ist, muss es da, wo blutdurchströmte Menschen leben, auch Bücherorte geben: Bibliotheken, Buchhandlungen, wenn es gut geht, sogar ein Antiquariat. (...) Amazon ist der Feind von Bücherorten.

(Kurt Kister: „Die Macht der Bücher“. Süddeutsche Zeitung, 4./5. Oktober 2014)

AUTORIN:

... schrieb Chefredakteur Kurt Kister in der „Süddeutschen Zeitung“ anlässlich der letzten Frankfurter Buchmesse.

Die Vielfalt des stationären Buchhandels will auch Kulturstaatsministern Monika Grütters erhalten und fördern. Sie hat für Herbst 2015 einen Preis von einer Million Euro ausgelobt. Die Hauptpreise sind jeweils mit 25 000 Euro dotiert, der Rest der Summe soll auf viele Geschäfte verteilt werden.

Mit dem Deutschen Buchhandelspreis wolle man den „unabhängigen, inhabergeführten Buchhandlungen den Rücken stärken“, so das erklärte Ziel der Ministerin. Es ist mehr als nur Symbolpolitik: Grütters sieht die literarische Welt in Deutschland als „das Fundament unserer Kulturnation“, sagte sie in einem Zeitungsinterview.

O-TON 11: Lutz Seiler

„Irgendwann in der Nacht verstummte das Rauschen, die Brandung stand still, das Nebelhorn tönte.“

AUTORIN:

Berlin-Schöneberg, Kolonnenstraße: Lutz Seiler liest aus seinem Roman „Kruso“. Die Grohnsche Buchhandlung gehörte 2014 zu den Gewinnern der Blind-Date-Lesungen des Börsenvereins des Deutschen Buchhandels. Er verlost jährlich acht Termine mit Autoren, die für die Longlist des Deutschen

Buchpreis nominiert worden sind. Erst kurz vor der Lesung erfahren die Veranstalter, welcher Autor bei ihnen lesen wird.

Auch für das Publikum ist das Ganze eine Überraschungstüte. Und die Zuhörer in Schöneberg werden erst einen Monat später wissen, dass sie dem Gewinner des Deutschen Buchpreises zuhören durften. Und einem bedeutenden Erfolgsautor: Seilers Roman steht seit Monaten auf den Bestseller-Listen.

„Kruso“ spielt im Sommer 1989 auf der Insel Hiddensee:

O-TON 12: Lutz Seiler

„Ursprünglich hatte ich einen Nachwenderoman geplant, in dem diese Hiddensee-Geschichte als Rückblicks-Kapitel vorkommen sollte. Und dann kniete ich wirklich sehr lange auf dem Roman und er wollte nicht so richtig gelingen. Am Ende habe ich aufgegeben. Ich habe damals schon Bilder gesehen, die so eine Portalfunktion hatten. Und ganz schnell war klar, dass das ein wirklich lohnenswerter Stoff ist, dass diese ganze Szene Hiddensee ein wirklich wunderbares Material ist [...], so hat es angefangen.“

AUTORIN:

... erzählt Lutz Seiler über die Ursprünge seines Bestsellers.

Die Buchhändlerin Michaela Roll-Witt von der Grohnschen Buchhandlung beschreibt die Reaktionen und Erwartungen ihrer Kunden:

O-TON 13: Michaela Roll-Witt

Nach unseren letzten schönen Lesungen mit Herrn Seiler und Herrn Wieprecht haben die Leute häufig nachgefragt: „Wann gibt es denn wieder eine Lesung?“ Also man merkt schon, dass sie auch ganz beglückt darüber sind, dass hier solche kleinen Veranstaltungen stattfinden. Dass sie gerne herkommen.

Wir machen unregelmäßig Lesungen. Wir haben so eine kleine Reihe „Autoren aus dem Kiez“, wo halt Leute, die hier auch in der Gegend wohnen, für uns lesen. Ungefähr drei, vier, fünf Lesungen im Jahr finden statt. Wir laden dann gerne ein. Bei den letzten Lesungen hatten wir so einen Zulauf, dass wir gar nicht mehr einladen mussten.

AUTORIN:

Der Buchladen ist ein Zwei-Frauen-Betrieb, geführt von der Inhaberin Andrea Grohn und ihrer Angestellten, der Germanistin und gelernten Buchhändlerin Roll-Witt. Im vorderen Raum des rund 160 qm großen Geschäfts werden die Bücher für die Erwachsenen angeboten, dort finden auch die Lesungen statt. Im hinteren Raum befindet sich die gut und liebevoll sortierte Abteilung für Kinder- und Jugendliteratur.

Beratung und die Nähe zum Kunden spielen eine entscheidende Rolle, so beschreibt es Roll-Witt:

O-TON 14: Michaela Roll-Witt

Aufgabe für uns als typische Kiezbuchhandlung ist sicherlich zum einen, die Schulkinder und ihre Eltern mit dem nötigen Schulmaterial zu versorgen. Dann geht es natürlich darum, die Sachen für unsere Stammkunden einzukaufen. Wo wir einfach wissen, da warten die drauf. Der neue Kutscher ist jetzt erschienen, der fünfte Band. Das muss man natürlich da haben. Oder einfach gute Empfehlungen machen zu können für die Kinder, die wir hier wachsen sehen. Und für die Eltern der Kinder.

Also ein relativ persönliches Angebot, natürlich immer nach unserem Geschmack, nach unserem Dafürhalten ausgewählt. Wir lesen die Sachen und können dann unseren Kundinnen und Kunden sagen: „Lohnt sich. Lohnt sich nicht. Unbedingt lesen. Kann, muss nicht und so weiter.“

MUSIK 4: Paolo Conte „Snob“ Track 14, darüber**AUTORIN:**

Auch die Arbeit solcher kleineren Geschäfte ist ein Baustein in der Vielfalt der deutschen Buchhandelslandschaft. Bücher sind keine Selbstläufer mehr, das weiß heute jede Buchhändlerin und jeder Buchhändler. Die meisten von ihnen lieben ihren Beruf, obwohl man damit keineswegs reich werden kann. Und sie können sich nicht vorstellen, etwas anderes zu machen als Menschen zu beraten und ihnen Bücher zu verkaufen.

In diesem Jahr kann die Grohnsche Buchhandlung ihr 20jähriges Bestehen

feiern - auch das ist eine Erfolgsgeschichte in Zeiten der allgegenwärtigen Konkurrenz des online-Handels.

O-TON 15: Michaela Roll-Witt

Es gab eine Tendenz abzuwandern, total modern im Internet einzukaufen. Aber es gibt seit bestimmt einem, anderthalb Jahren auch eine Rückbewegung. Dass die Leute kommen und sagen: „Das mache ich nicht mehr. Ich bestelle nicht mehr im Internet. Ich will Beratung. Ich will die Bücher anfassen können. Und bei Ihnen geht es ja eh genauso schnell.“

Es gibt auch die schöne Aussage einer Kundin, die sagt: Sie möchte hier nicht nur Nagelstudios, Spielhallen und Fressbuden haben. Sondern sie möchte auch richtige Geschäfte in ihrer Straße.

MUSIK 4: hochziehen und ausblenden