„Bücher lesen ist nicht sexy“

Interview mit Edmond Donnersbach, Inhaber der Buchhandlung Alinéa, über wirtschaftliche Herausforderungen, den Mehrwert einer stationären Buchhandlung und die Entwicklung des Luxemburger Buchmarkts

Vor ein paar Monaten hat der Bücherkasten seine Türen geschlossen. Wird es schwieriger eine Buchhandlung zu betreiben?

Edmond Donnersbach: Der Bücherkasten hat nicht aus finanziellen Gründen seine Türen zugemacht. Der Besitzer, Herr Nilles, war finanziell nicht abhängig von seiner Tätigkeit als Buchhändler.

Aber trotzdem geht es Buchhandlungen wirtschaftlich gesehen derzeit nicht so gut …

E. D.: Wir sind besonders mit einem Problem konfrontiert: Obwohl die Bevölkerungszahlen steigen, nimmt die Leserschaft nicht zu. Bücher lesen ist nicht sexy. Mit Lesen beeindruckt man niemanden, anders als vielleicht mit Golf spielen. Nur eine Handvoll junge Menschen kaufen heute noch oft und gezielt Bücher.

Anlässlich der Schließung des Bücherkastens wurde ebenfalls über die steigenden Mieten in der Innenstadt diskutiert. Sind hohe Mieten für Buchhandlungen nicht besonders problematisch?

E.D.: Ja, das ist ein Problem. Im Februar dieses Jahres wurde die Miete um 54 Prozent erhöht. Ich habe deshalb zwei Mitarbeiterinnen entlassen müssen. Das betrifft aber nicht nur den Buchhandel. Natürlich braucht man für eine Buchhandlung viel mehr Fläche als beispielsweise für ein Schmuckgeschäft, denn wir haben 50 000 verschiedene Titel auf Lager. Wenn nichts gegen die steigenden Mieten unternommen wird, wird es bald in Luxemburg nur noch Bekleidungsgeschäfte geben. Früher war der Geschäftsinhaber meist auch der Besitzer des Hauses. Heute hingegen haben die meisten Vermieter ihre Immobilien geerbt, sie haben nichts für diesen Besitz geleistet. Ihnen ist es egal, welche Geschäfte sich in ihren Gebäuden ansiedeln – sie wollen Geld verdienen. Vielleicht müsste die Stadt ihre eigenen Verkaufsflächen an Musik- und Buchergeschäfte vermieten, um sie so zu fördern.

Im Februar dieses Jahres wurde meine Miete um 54 Prozent erhöht. Ich habe deshalb zwei Mitarbeiterinnen entlassen müssen. Das betrifft aber nicht nur den Buchhandel

Was zeichnet die Leitung einer Buchhandlung aus?

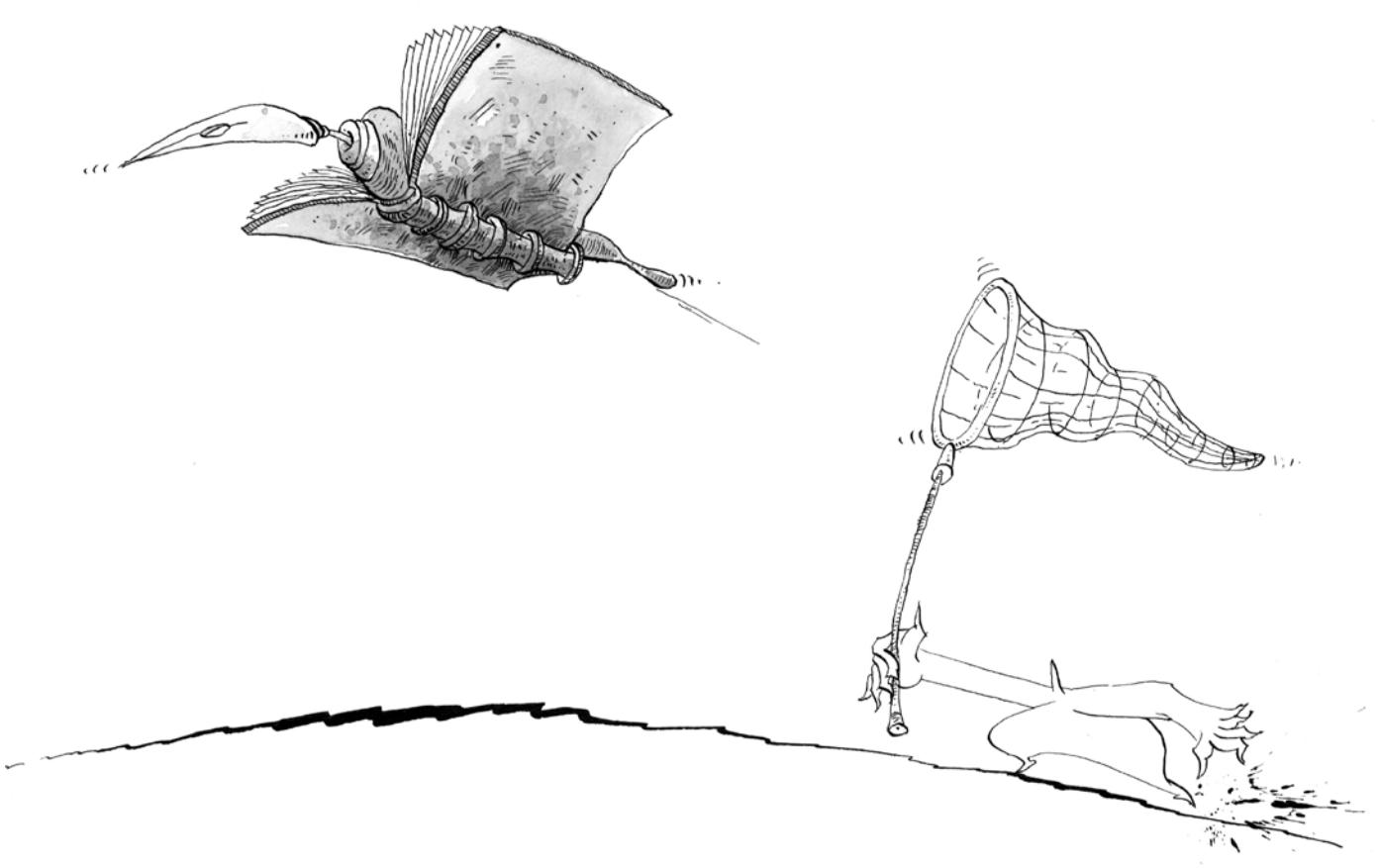
E.D.: Nehmen sie eine Buchhandlung und ein Modegeschäft: Die Mieten sind ähnlich hoch; um ein Kleidergeschäft zu führen, braucht man wenig Know-how. Um eine Buchhandlung einzurichten, muss man jedoch die Literaturgeschichte kennen und vieles über Theater, Kunst, Architektur und Ausstellungen wissen. Außerdem muss man die internationalen Entwicklungen beobachten, also viele Zeitungen und Magazine lesen und sich permanent auf dem Laufenden halten. Ein vielfältiges Angebot kommt nicht von Nichts.

Ist Amazon zu einer gewichtigen Konkurrenz geworden?

E. D.: Natürlich ist Amazon eine Konkurrenz. Aber man findet auf Amazon nur das, wonach man gezielt sucht. Stöbern kann man im Internet nicht. Viele Kunden schätzen es, dass sie in einer Buchhandlung in ein vielfältiges Angebot eintauchen und sich inspirieren lassen können.

Können sie Zahlen nennen, inwiefern Internetbestellungen dem stationären Buchhandel schaden?

E. D.: Das ist nicht möglich. Wir wissen nicht, wie hoch die Anzahl an Bestellungen im Internet ist und wie viele potentielle Kunden wir über diesen Weg verlieren. Allgemein haben wir bei Alinéa keinen Rückgang erfahren. Wir bieten eben auch viele Nischenprodukte an, beispielsweise



haben wir 500 historische Biografien im Sortiment. Neben den Nischenprodukten pflegen wir eine breite Auswahl an Autoren. Es gibt keinen klassischen Autor des 20. Jahrhunderts, den wir nicht führen. Auch E-Books sind keine Konkurrenz, weil ich denke, dass die meisten fleißig Bücher runterladen, sich quasi damit eindecken, jedoch nicht die Zeit finden, sie auch zu lesen. Der Bezug zu literarischen Werken geht über E-Books verloren. Die Personen, die wirklich an Büchern interessiert sind, werden weiterhin gedruckte Bücher kaufen. Auch gute Kunstbücher können nicht als E-Book publiziert werden. Bei Verlagen wie Gallimard sind nur 1 % der verkauften Bücher E-Books.

In Deutschland und Frankreich gibt es eine Buchpreisbindung, d. h. einen verbindlichen Preis für jedes Buch. Fänden sie es gut, wenn es auch in Luxemburg eine Buchpreisbindung gäbe?

Nein. Man verkauft auch kein Buch, weil es 50 Cent billiger ist. Man muss Menschen für Bücher begeistern. Ich bin daran interessiert, meinen Beruf professionell auszuüben und dazu gehört viel Wissen über Bücher. Ich könnte auch nur billige Schinken verkaufen und so mein Geld machen, aber wäre ich dann noch Buchhändler?

D. h. der Mehrwert für den Kunden, sein Buch in einer richtigen Buchhandlung zu kaufen, ist die Beratung …

E. D.: Ja. Ein Buchhändler, der nicht liest, kann keine Buchhandlung führen. Ich lese jeden Tag. Natürlich kenne ich nicht alles, aber einen guten Überblick sollte man sich schon verschaffen, dann kann man die Kunden auch beraten.

Wie bindet man Leser an seine Buchhandlung? Vielleicht indem man Lesungen veranstaltet?

E. D.: Wir veranstalten regelmäßig Lesungen, aber zu Lesungen kommen auch immer die Gleichen. Man muss als Buchhändler ehrlich sein und auch klar sagen, welche Bücher nicht gut sind, denn nur so gewinnt man das Vertrauen der Kunden.

Ist die vielsprachige Kundschaft in Luxemburg eine Herausforderung?

E. D.: Natürlich, aber es hat auch Vorteile. Wenn ein neuer Umberto Eco rauskommt, bieten wir diesen auf Deutsch, Französisch, Englisch und Italienisch an. Das finden Sie so in keiner anderen Buchhandlung, weder in New York, noch in Paris noch in Berlin. Kunden aus dem Ausland schätzen unser mehrsprachiges Angebot.

Wie schätzen Sie die Entwicklung des Luxemburger Verlags- und Buchwesens ein?

E. D.: Früher wurden mehr Geschichtsbücher veröffentlicht. Mittlerweile werden auch viele literarische Werke publiziert. Es werden immer mehr. Mit der Quantität nimmt allerdings nicht zwangsläufig die Qualität zu. Ein weiteres Problem für den Buchhändler ist, dass die meisten Verlage Bücher kurz vor den Walfer Bicherdeeg im November bzw. vor Weihnachten raus bringen, ganz so als hätten die Buchhandlungen den Rest des Jahres

geschlossen. Eine Eigenheit Luxemburger Verlage ist außerdem, dass sie ihre Bücher zuerst selbst verkaufen – wie bei den Walfer Bicherdeeg –, bevor ihre Bücher in den Buchhandel kommen. Die Verlage möchten, dass der Buchhändler sich um den Verkauf ihrer Bücher kümmert, aber wollen sie selbst auch direkt verkaufen.

Beteiligen sich Sie sich an der Bestsellerliste der Lëtzebuerger Bicherediteuren?

E. D.: Selbstverständlich nicht! Ich finde diese Liste unsinnig. Zuweilen sind die Bestseller Gebrauchsanweisungen mit Titeln wie „Tricks mit Links". Ist das denn ein Buch? Ist ein Telefonbuch ein Buch? Liest man ein Kochbuch? Das hat alles nichts mit Büchern zu tun.

Empfehlen Sie Ihren Kunden Autoren aus Luxemburg?

E. D.: Ja. Wenn neue Werke von luxemburgischen Autoren erscheinen, liegen diese gewöhnlich vorne an der Kasse. Für Verlage wie ultimomondo kündige ich die Neuerscheinungen an. Auch in der Rubrik Geschichte gibt es Bücher wie das von Denis Scuto, die ich gerne empfehle.

Auf der Webseite vom Verlag ‚Op der Lay' wird erklärt, dass Bücher, die von Luxemburger Verlagen gedruckt werden, teurer sind, weil die Auflagen niedriger als im Ausland seien. Ist das ein Problem?

E. D.: Die Bücher sind hier nicht teurer als in anderen Ländern. Pol Greischs *Den Monni aus Amerika* kostet bei ultimomondo ungefähr 20 Euro, Hardcovers kosten im Ausland ähnlich viel. Wenn jemand nicht gerne liest, dann wird er das Buch auch nicht für 5 Euro kaufen. Wenn jemand davon überzeugt ist, dass ein Buch ihm viel Vergnügen bereiten wird, gibt er auch 20 Euro aus. Am Preis sollten wir nicht scheitern. In Frankreich liegt die durchschnittliche Auflage bei 3 000 Exemplaren, in Luxemburg liegt sie bei 1 000. Im Vergleich ist das nicht schlecht.

Man muss als Buchhändler ehrlich sein und auch klar sagen, welche Bücher nicht gut sind, denn nur so gewinnt man das Vertrauen der Kunden.

In letzter Zeit sind einige neue Luxemburger Verlage entstanden. Bereichert dies Ihre Buchhandlung?

E. D.: Das ist ein bisschen wie bei den Anwälten, die in einer Kanzlei arbeiten und irgendwann das Gefühl haben, sie könnten nun eine eigene Kanzlei gründen und dann auch mehr Geld verdienen. Aber durch die höhere Anzahl an Verlagen steigt nicht die Qualität. Natürlich ist es gut, wenn ab und zu ein neuer Verlag gegründet wird. Aber wenn jetzt jeder, der eine Zeitlang in einem Verlag gearbeitet hat, einen neuen gründet, dann werden bald alle Verlage finanzielle Schwierigkeiten haben.

Gibt es den Luxemburgensia-Sammler noch?

E. D.: Den Luxemburgensia-Käufer gab es, als ich 1980 in der Librairie Bourbon zu arbeiten anfing. Wer war dieser Käufer? Kurz skizziert kann man sagen: die Lehrer und der Klerus. Diese beiden Kundentypen haben Bücher über und aus Luxemburg gesammelt. Beide Typen gibt es heute so nicht mehr. Ob sie diese Bücher gelesen haben, ist eine andere Frage, primär waren sie Sammler.

Ist der Begriff Luxemburgensia heute noch sinnvoll?

E. D.: Nein, nicht wirklich. Das Sortiment ist heute so vielfältig, dass man nicht mehr von einer Luxemburgensia-Sparte sprechen kann. Die Kunden haben auch andere Ansprüche.

Vielen Dank für das Gespräch! ◆

Das Gespräch wurde am 16. Oktober 2013 aufgezeichnet. Die Fragen stellten Stephanie Majerus und Laurent Schmit.

kliomedia

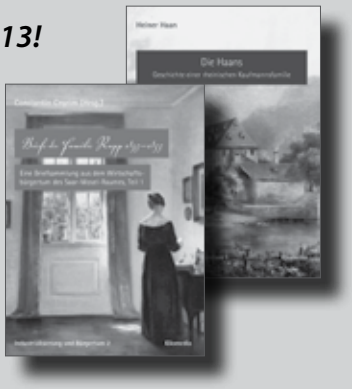
Kliomedia GmbH
Neustraße 45
54290 Trier

www.kliomedia.de
info@kliomedia.de

Der Verlag für Geschichte und Kultur – Trier · Saarregion · Luxemburg · Lothringen

Besuchen Sie uns auf den Walfer Bicherdeeg 2013!

✓ **Zahlreiche Neuerscheinungen**

✓ **Viele attraktive Sonderangebote (Restauflagen, Mängelexemplare, ...)**

Neue Schriftenreihe 2013: »Industrialisierung und Bürgertum«