



Klatsch und Tratsch

cvz@buchmarkt.de

Ende Mai hat in Salzburg die dienstälteste Branchenagentur, die **Buchwerbung der Neun** (Motto: „Gemeinsam sind wir stark“), selbstbewusst ihr 35-jähriges Jubiläum gefeiert.

Wie war das eigentlich vor 35 Jahren? Das war eine Zeit des Aufbruchs auf Verleger- aber auch auf Sortimenterseite:

Da gab es den **Öhringer-Kreis**. Hier hatten sich die Juniorchefs der damals marktbestimmenden Verlage organisiert, die den Buchhandel als verschlafen und zu passiv sahen. Und als sie ans Ruder gelassen wurden, zogen sie auch bald die Strippen innerhalb des Börsenvereins; bis heute beeinflusst dieser Kreis fast alle wichtigen Entscheidungen in der Branche.

Neben diesem künftigen Schattenkabinettn betrat aber auch eine neue Buchhändlergeneration die Branchen-Bühne: **Heiner Hugendubel, Helmut Falter, Jürgen Könnecke, Klaus Kaiser** waren junge Buchhändler, die zuerst unternehmerisch und dann erst buchhändlerisch dachten. Und die trafen auf eine neue Generation von Werbemännern (**Hartmut Pankus, Klemens Möhrmann, Frieder Pfäfflin** und **Klaus von Sobbe**), die auch eine neue Auffassung von Buch-Werbung hatten.

Angelpunkt dieser jungen Szene war der junge **Christian Strasser**. Er entwickelte damals gemeinsam mit der **Agentur (!) Heye** für Hugendubel die Kampagne „Die einzige Straße in München, in der bis 1972 garantiert nicht gebaut wird ... die Straße der Bücher“. Und das war im Grunde auch die Geburtsstunde der Bwd9: Strasser überzeugte die großen Buchhändler in Deutschland von seiner Idee einer Gemeinschaftswerbung, die Buchhandlungen an ihren Standorten stärken sollte und die vom Grundsatz her bis heute verfolgt wird. Die „Großen“ von damals waren sofort dabei: die **Mayersche, Hugendubel, Thalia, Baedeker, Bouvier, Wittwer, Nacher, Elwert** und **Meurer** und **Phönix** – ein Jahr später hatte Strasser 150 Buchhandlungen in 150 Städten unter Vertrag.

Was die Leistung von **Christian Rospleszcz**, der heute als geschäftsführender Gesellschafter viele manchmal auch divergierende Interessen zusammenhalten muss, nicht schmälern soll: Er bündelt heute ein Umsatzpotenzial von ca. 360 Mio. Euro! Der Gründungsgesellschafter Thalia ist dabei noch gar nicht mitgezählt.

Dass der „Gründer“ Christian Strasser seither nicht aufgehört hat zu gründen, ist aktenkundig. Und dass er dabei immer wieder auf Weggefährten von damals traf, auch: Einer von ihnen ist **Helmut Krüger**, der in seinen frühen Jahren Werbung für die Buchhandlung Phönix gemacht hatte und den er dann beim Kauf der **Ull-**

stein Verlage dort beim **Sportverlag** wiedertraf:

Krüger will jetzt sichtlich seine Erfahrungen aus dieser Zeit reaktivieren: Er ist im Gespräch mit **Baumhaus**, um dort ein eigenes Sport-Label aus der Taufe zu heben. Macht auch mehr Spaß, als in der Trattoria seiner Frau auszuhelfen.

Ein anderes Jubiläum haben Branche und Weltpresse schon gar nicht so recht wahrgenommen: Seit 1998 ist **Peter M. Hetzel** mit seinem Buchtipp bei **SAT 1** unser Botschafter des Buches in einer ansonsten doch eher buchfremden Zone. (Hat nicht der legendäre **RTL-Boss Thoma** gesagt, „Fernsehen und Buch passen nicht zusammen“.)

Der frühere **Rowohlt-Lektor** Peter Hetzel beweist jeden Dienstag das Gegenteil: Mitte Mai lief dort im Frühstücksfernsehen sein 1.500. Buchtipp – das sind (grob geschätzt) mindestens 6.600 Sendeminuten, mit denen er eine möglicherweise verschlafene, aber eigentlich wache Klientel in bald 20 Jahren beglückt hat. Das hat Elke (zumindest im TV) noch nicht geschafft. Glückwunsch!

Zu gern, das gibt **Dr. Gottfried Honnefelder** zu, hätte er sich zu seinem 60. Geburtstag (es gibt übrigens keine Börsenvereinsgala für ihn) in diesem Monat als weiteres Zeichen des Aufbruchs im Börsenverein auch den (beinah gelungenen) Coup einer Buchmesse in London geschenkt. Mehr dazu vorn im Heft (S. 38). Auch jetzt noch, auch in der Niederlage gegen einen Gegner, der seine Marktmacht überdeutlich demonstriert hat, ist erstaunlich, dass es in unserer schwatzhaften Branche gelungen war, in aller Stille erfolgversprechende Allianzen mit den wichtigsten Ausstellern zu schmieden und den Konkurrenten **Reed** unvorbereitet zu treffen.

Unterschätzt aber hat der Börsenverein die Mittel, mit denen der größte Veranstalter von Messen den Hallenvermieter in London zum Vertragsbruch nötigen würde. Reed ist dabei sicher ohne schweres Geschütz ausgekommen (obwohl: Zum weltweiten Geschäft von Reed gehört auch eine Waffen-Messe): Eine etwaige Schadenersatzklage zu verlieren, ist billiger als auf andere Reed-Messen zu verzichten.

Noch schnell in die Schweiz: „Man hätte lieber eine junge Frau, als mich alten Mann wählen sollen“, sagte der neue SBVV **Urs Breitenstein** spontan nach seiner Wahl und meint natürlich, dass sich der Verband dringend verjüngen müsste. 32 Jahre führt er jetzt den **Schwabe Verlag**, seit 1518 am Markt. Seit 209 Jahren erscheint darin das Schweizer Kantonsblatt und im 137. Jahrgang das Adressbuch der Stadt Basel. Breitenstein hat den Verlag in einer Zeit übernommen, als der eigentlich verkauft werden sollte, und ihn zu einem Erfolgsunternehmen gemacht. In seiner bedächtigen Art sagt er dazu: „Ich bin eigentlich kein Kämpfer, ich habe viel erreicht ohne Karriereplan, aber ich bin an einem Sonntag geboren, vielleicht bin ich so etwas wie ein Sonntagskind.“ Doch über den Buchmarkt spricht er mit einer Leidenschaft, als hielte er wie weiland **Winston Churchill** eine Brandrede. Allerdings hat er auch allen Grund dazu. Die Zeichen für eine Fortführung der Preisbindung stehen denkbar schlecht. I