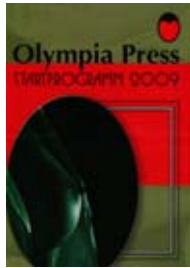




Klatsch und Tratsch

cvz@buchmarkt.de

Ist es wirklich erst 30 Jahre her, als die neue Zeitrechnung im Buchhandel begann? In **BuchMarkt** hatten wir damals als erste von **Heiner Hugendubels** Plan berichtet, ein altes Kino am Münchner Marienplatz zur Buchhandlung umzurüsten. Die Idee dazu war bei ihm nach einem Vortrag des französischen Buchhandelsberaters **Pierre Heise** bei den legendären **Bertelsmann-Tagen** im Quellental gereift; einen weiteren Anstoß dafür hatte ihm ein Aufsatz von **Martin Maasch (Boysen & Maasch)** gegeben. Der schrieb, auch bei uns im Heft, über seine Vision eines Buch/Medienhauses. Am 25. Oktober wurde dann auf drei Etagen die neue Hugendubel-Filiale am Marienplatz eröffnet, die die Entwicklung des Großflächenbuchhandels in Deutschland einleitete (s. dazu auch S. 134 i.d.H.).



Salesfolder für die neue Olympia Press: Eine Legende kehrt zurück

Die Folge: Heute bestimmen nicht mehr die Verlage, was der Handel verdienen darf, sondern der diktiert den Verlagen die Produktionsbedingungen. Die Sorgen vor der Übermacht eines Handelspartners waren aber die gleichen: **Bertelsmann-Chef Reinhard Mohn** hatte damals laut über eine Buchhandels-Ladenkette (den **Meurer-Mohn-Plan**) nachgedacht. Sein Tod jetzt hat mich an das zweite große Interview meines Berufslebens erinnert – und wie sein Pressechef **Dr. Wolfgang Strauß** zusammensackte, als ich damals – die Frage war nicht abgesprochen – fragte: „Herr Mohn, werden wir in 20 Jahren alle bei Ihnen arbeiten?“

Dr. Strauß war übrigens auch der Erfinder der o.a. Bertelsmann-Tage, bei denen jährlich die aktuellen Branchenthemen mit 50 bis 100 Buchhändlern diskutiert wurde. Und er war Initiator des **Verlags für Buchmarkt-Forschung**, der dem Buchhandel Material für erfolgreiches Verkaufen an die Hand geben und das Verhältnis des Konzerns zum Buchhandel entkrampfen sollte – was gelang! Der immer noch höchst aktive Berater **Franz Hinze**, sein zweiter Mann damals, hat diese Zeit anlässlich seines 90. (!) Geburtstages (siehe meine Kolumne im Januar) in seinem Buch **Das Hamburger Institut für Buchmarkt-Forschung. Erinnerungen eines Beteiligten** bei **Bramann** nachgezeichnet.

Wie unnachgiebig der Umgang miteinander geworden ist, das hat am ersten Buchmessestag **Birk Meinhardt** mit dem Artikel „An der Kette“ in der **Süddeutschen Zeitung** auf einer ganzen Seite beschrieben. Die Diskussion darüber hält seither noch an, berührt aber in meinen Augen nicht das Kernproblem, dass sich Heiner Hugendubels Modell der Großfläche nicht wesentlich weiterentwickelt hat. Die Folge: Für unkundige Leser kann sich das damals neue Bücherparadies ins Gegenteil verkehren, wenn der Kunde „sein“ Buch auf der riesigen Fläche nicht findet. Und das passiert immer häufiger, weil zwei Dinge gleichzeitig, also **Miete UND Beratung**, selten zu bezahlen sind. Größe allein als Erlösmodell reicht also nicht mehr aus; der Verdrängungswettbewerb untereinander kommt hinzu. Solange die eingeplante Rendite (und die ist trotz bester Konditionen bei keinem der „Großen“ berauschend, obwohl sie sicherlich alle Rationalisierungsvorteile nutzen und professionell arbeiten) nicht erreicht wird, wird die Forderung nach besseren Konditionen regelmäßig immer wieder gestellt werden.

In einem bislang ergebnislosen Streit über Konditionen befinden sich, das hatte ich im vorigen Monat an dieser Stelle gemeldet, weiterhin auch **Amazon** und der Münsteraner **Coppenrath Verlag**. Aufgefallen war das, weil die **Stiftung Lesen** die Broschüre „Allererste Bücher für Ihr Kind“ herausgebracht hatte, aber ein darin enthaltener Gutschein für zwei Coppenrath-Bücher vom Versender nicht eingelöst wurde. Der Hintergrund war schnell klar: Nach wie vor ist man sich nicht einig über Konditionenforderungen des Versenders, die aus Coppenrath-Sicht auch höher als zulässig sind. Die Fronten sind weiter verhärtet; nach wie vor ist der Verlag bei Amazon ausgelistet (bis auf die beiden Gutschein-Titel). Alle anderen Titel sind dort nur bei Fremdanbietern zu finden.

Nochmal zurück in die 70er Jahre: Die legendäre **Olympia Press** soll wieder belebt werden. **Jörg Schröder**, damals Verlagsleiter beim **Düsseldorfer Melzer Verlag**, hatte für seinen Verleger **Joseph Melzer** mit der **Geschichte der O** (einer Lizenz des Pariser Olympia Press Verlags) nicht nur den darbenenden Verlag saniert, sondern war dann auch auf die Idee gekommen, dafür (als Lizenznehmer von **Maurice Girodias**) einen eigenen Verlag zu gründen. Das wurde ein Sensationserfolg: Am Montag erschien im

SPiegel eine zweiseitige Textanzeige „Freiheit für die Pornographie“ – am Wochenende hatte der junge Verlag nach meiner Erinnerung bereits 5.000 Abonnenten für monatlich je eine Club- (in rot) und eine Buchhandelsausgabe (im legendären Grün); in den Hochzeiten wurde von jedem Band bis zu 20.000 Exemplare verkauft. Ich sehe Jörg noch heute vor mir, wie er während der Buchmesse im eleganten Mao-Anzug vor dem **Frankfurter Hof** in seinen Jaguar stieg; ich (olympia-grün vor Neid) musste damals noch im **Christlichen Hospiz** (das ist kein Scherz!) übernachten. Wie das schnelle Geld dann für den parallel gegründeten **MÄRZ Verlag** drauf ging, das ist in seinem **TAZ-Blog**, in seinem Kultbuch **Siegfried** und immer wieder, häppchenweise, in **Schröder erzählt** nachzulesen, alle paar Monate als Fortsetzungslieferung, nummeriert und signiert – ein Sammlerstück!!!

Doch zurück zur neuen Olympia Press, die zuletzt von **Peter Beittlich** geführt wurde, der inzwischen unter anderem Namen als Kunsthändler in Frankfurt tätig ist. Der Kölner Verleger **Frank Horst** hat sich nach eigenen Angaben 200 Rechte in den USA gesichert, die nach und nach auf den Markt kommen sollen. Hoffentlich erlebt er keine Überraschung: Die Rechtesituation birgt Sprengstoff; fraglich ist etwa, ob die US-Nachfolgefirma der damals insolventen **Olympia Press USA** überhaupt diese Rechte besitzt. Horst hat sich übrigens als Produzent und Berater **Abraham Melzer** ins Boot geholt – den Sohn von Joseph Melzer.

Melzer, Herausgeber auch der auf jüdische Themen spezialisierten Zeitschrift **SEMIT**, führt übrigens einen Dauerstreit mit **Hendrik M. Broder** aus. Damals war Broder sein Freund und Autor seiner Zeitschrift **KONTAKTE für deutsch-jüdische Freundschaft** und dann auch mehrere Jahre **BuchMarkt**-Autor als „Artikelschreiber: Das bißchen, was ich lese, schreibe ich mir selbst“ (stand auf seinem Briefkopf). Jetzt hat er angekündigt, sich für den Vorsitz im Zentralrat der Juden zu bewerben.

Als einziger Publikumsverlag hat Rowohlt zur Frankfurter Buchmesse massiv und offensiv mit der E-Book-Vermarktung am Messestand und im Netz (www.rowohlt-digitalbuch.de) begonnen. Bei der Auflistung der ab Messetermin genannten lieferfähigen Digitalbuch-Partner (neben **Umbreit**, **buecher.de** und den brandneuen **txtr**) habe ich allerdings **libri.de** vermisst. Es hat wohl ausgerechnet bei dem sonst so schnellen und aktiven Handelspartner Sand im Getriebe der technischen Umsetzung gegeben. Oder wollte ein früherer Aktienmillionär die Idee sabotieren?