

# Gold für den Buchhandel?

Media Control hat mit „**nathan**“ ein neues Bibliographieprogramm entwickelt, das auf Basis absoluter Verkaufszahlen Einblick in die lang- und kurzfristige Entwicklung von einzelnen Titeln, Themengebieten oder ganzen Warengruppen bietet

**W**as für Verlage seit langer Zeit selbstverständlich ist, wird in Zukunft auch für Buchhandlungen möglich sein. Media Control bietet Buchhandlungen eine neue Software an, die es ermöglicht, Einblick in die bundesweiten Verkaufserfolge von Titeln zu nehmen. Wir haben es uns für Sie angeschaut und großes Potenzial für Ihren Einkauf entdeckt.

Herr Müller hat für seine Buchhandlung ein neues Präsentationsmöbel für Bildbände angeschafft und möchte es nun natürlich mit möglichst absatzstarken Titeln bestücken. Er holt also die aktuellen Vorschauen der Bildband bietenden Verlage hervor und trifft eine Auswahl auf Basis der vermuteten Vorlieben seiner Kunden und einer ordentlichen Portion persönlichem Geschmack. Das kann erfolgreich verlaufen, wahrscheinlicher ist aber, dass ein paar Titel verkauft werden, ein Gutteil jedoch für das nächste dreiviertel Jahr das neue Bildband-Möbel dekoriert. Aber kann man jetzt Herrn Müller vorwerfen, dass er nicht weiß, welche Titel die momentan bestverkäuflichen Bildbände sind? Sicher nicht, das wissen nur die Verlage – bis jetzt!

Media Control hat ein Programm entwickelt, das Herrn Müller und allen anderen Buchhändlern helfen könnte, dieses Informationsloch zu füllen. „nathan“ heißt es und ist ein Programm, das grundsätzlich wie ein Bibliographieprogramm funktioniert, jedoch einen entscheidenden Unterschied zu den bekannten Katalogen bietet: echte Verkaufszahlen von sämtlichen gelisteten Titeln. Wie funktioniert das?

**Media Control ist ein** Marktforschungsunternehmen, welches sich unter anderem mit der Beobachtung und Auswertung der Abverkäufe in der Buchbranche beschäftigt. Ausgewählte Buchhandlungen senden ihre Verkaufszahlen täglich an Media Control, wo sie dann weiterverarbeitet werden. Auf

Basis dieser Daten entstehen zum Beispiel die Bestsellerlisten von Focus und Stern und Verlage können diese Informationen abrufen und erhalten so die tatsächlichen Verkaufszahlen ihrer Titel. Mit „nathan“ stellt Media Control dieses Wissen nun auch Buchhandlungen zur Verfügung.

So lassen sich einzelne Titel, Warengruppen, Bücher zu bestimmten The-

men oder ähnliche Eingrenzungen nach Verkaufserfolg sortiert anzeigen. Es gibt grundsätzlich zwei Möglichkeiten, die Ergebnisliste nach Verkaufserfolg zu sortieren. Zum einen nach der absoluten Anzahl verkaufter Exemplare. Zum anderen, und vielleicht noch interessanter, nach kurz- und langfristigem Erfolg im Vergleich zu ähnlichen Titeln. Somit geht die



**Uwe Maisch:**  
Der Leiter der Abteilung Buchmarktforschung bei Media Control, mit nathan

Interview

## Und glänzt das Gold?

Ist nathan mehr als nur eine weitere Bibliographie? Uwe Maisch erklärt die Besonderheiten von nathan und wie der Buchhandel davon profitieren kann

### Was ist das Besondere an nathan?

Nathan zeigt Ihnen auf Basis von echten Verkaufsdaten, welche Bücher aktuell gefragt sind. Dies kann zum einen über nach Menge sortierten Hitlisten erfolgen, zum anderen über Langzeit- sowie Kurzeit-Erfolgsbarometer. Dabei wird der Erfolg von themengleichen Büchern dargestellt, d.h. ein Buch

aus dem Bereich „Handarbeit“ kann den gleichen Erfolg erreichen wie ein Buch aus dem Bereich „Erzählende Literatur“.

Somit wird auch die Wertigkeit von Titeln in, ich nenn's mal „absatzschwächeren Warengruppen“, sprich Bücher, welche nie die Verkaufszahlen von z.B. Krimis erreichen, korrekt dargestellt.

Wertigkeit von absatzschwächeren Titeln in „Nischensegmenten“ nicht verloren.

Beispielsweise bei der Schlagwortsuche „backen“ ist der Titel „Landfrauen backen“ in den letzten Wochen der Erfolgreichste gewesen (haben Sie den da?), langfristig ist jedoch der Klassiker „Backen macht Freude“ Spitzenreiter. So erfährt man mit wenigen Klicks zum einen, welches Backbuch man immer am Lager haben sollte und zum anderen, welchen Titel man jetzt bestellen und zum Beispiel in die Auslage vor dem Laden legen sollte. Dazu meint Buchhändlerin Helga Reuter aus Pulheim: „Bei den wichtigen Warengruppen oder solchen, die eine Mitarbeiterin besonders gerne betreut, vertraue ich lieber auf das buchhändlerische Wissen als auf VK-Zahlen. Aber für die Warengruppen, auf die das nicht zutrifft, kann nathan bei der

Titelauswahl eine große Hilfe sein.“

Ein weiterer Vorteil des Vergleichs zwischen ähnlichen Titeln ist, dass ein sehr guter Titel aus einer weniger wichtigen

## » Wissen bedeutet Vorsprung und Vor- sprung ist Gold «

Warengruppe natürlich nie auf irgendeiner Sellerliste erscheinen wird, durch eine Top-Platzierung in der Suchergebnisliste dennoch Ihre und so die Aufmerksamkeit Ihres Kunden erhält.

**Wie oder durch wen** ist die Idee für nathan entstanden? Uwe Maisch, Leiter der Abtei-

lung Buch bei Media Control, programmierte ursprünglich Warenwirtschaftssysteme für den Einzel- und Versandhandel. Nachdem er sich auf Statistiken und Trends spezialisierte, wechselte er vor 10 Jahren zu Media Control und begann mit der Programmierung und dem Aufbau der Buchmarktforschung. Heute leitet er den kompletten Produktbereich Buch für Deutschland, Österreich und die Schweiz. Vor einigen Jahren entstand die Idee, die Daten aus der Buchmarktforschung auch dem Buchhandel zur Verfügung zu stellen und so gerade kleineren Buchhandlungen günstig Informationen zu liefern, die sonst nur die Verlage und vielleicht großen Filialisten kennen. Nach Umsetzung ging Media Control zu Beginn des Jahres mit nathan an den Start.

Zu den Daten erklärt Uwe Maisch: „Wir betreiben einen großen Aufwand, um eine

So macht nathan schnell und auf einfache Weise auch diese Produkte „sichtbar“.

### Und warum ist Ihrer Meinung nach nathan für Buchhändler Gold Wert?

Dazu möchte ich gerne etwas ausholen. Zum Jahreswechsel publizierte Media Control 2009 vs. 2008 eine Umsatzentwicklung im Sortimentsbuchhandel von +/- 0,0 Prozent. Der Markt zeigte sich trotz Wirtschaftskrise sehr stabil. Doch der Schein trügt! Es gibt Buchhändler, welche mit schwarzen Zahlen arbeiten und es gibt welche, die rote Zahlen schreiben. Es findet also ein Umbruch statt. Umso wichtiger ist es, den Markt zu beobachten.

Zum einen bestimmt die Nachfrage das Angebot zum anderen sind 30 – 40 Prozent der Buchkäufe Spontankäufe. Somit trägt das richtige Angebot maßgebend zur Wirtschaftlichkeit der Buchhandlung bei. Ebenso spielt die Kundenberatung eine wichtige Rolle, denn zufriedene Kunden kommen wieder.

Hierbei kann nathan dem Buchhändler als Einkaufs-, Orientierungs- und Beratungsplattform unterstützen. Nathan ist Gold für Buchhändler, den diese Informationen toppen alles was ich bislang kenne. Wissen bedeutet Vorsprung und Vorsprung ist Gold.

### Das geht nur, wenn Ihre Titeldaten besser gepflegt sind als die der „Konkurrenz“?

Zunächst sind die Titelstammdaten so gut wie sie der Verlag meldet bzw. pflegt. Da wir den Anspruch auf qualitativ hochwertige Stammdaten haben, durchlaufen diese bei Media Control zahlreiche Qualitätschecks in z.T. Korrelation mit Verkaufsdaten.

Was das Wort „Konkurrenz“ betrifft, so ist mir gegenwärtig kein Produkt bekannt, welches diese Informationen liefern kann.

### Könnte nathan eine alternative Bibliographie werden, oder ist es nur ein Hilfswerkzeug für den Einkauf?

Der Anspruch von Media Control ist u.a., nathan als Einkaufs- und Orientierungsdatenbank im Buchhandel zu etablieren. Die weitere Entwicklung von nathan werden die Anforderungen der Branche zeigen.

### Brauchen die Buchhändler Ihre Daten wirklich? Immerhin bietet auch das KNV-Sternesystem ähnliche Verkaufsinformationen ...

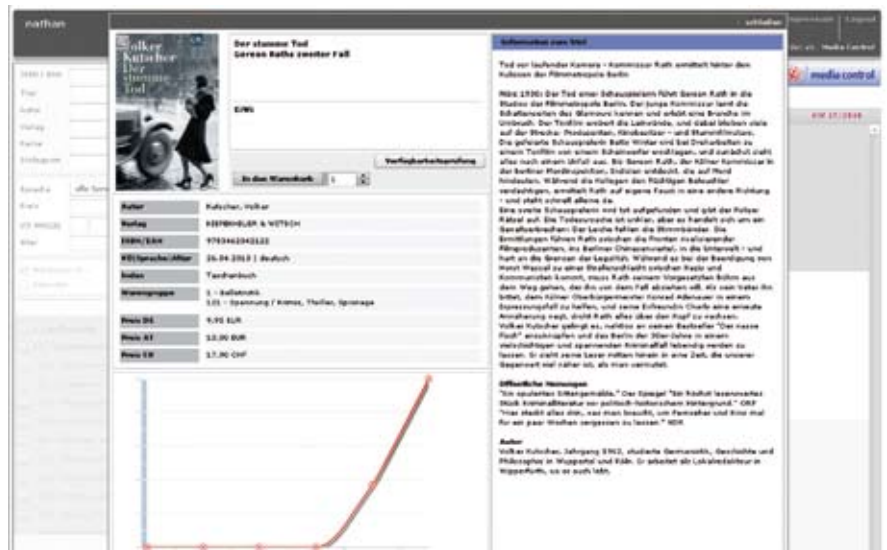
Wie schon erwähnt, ist mir gegenwärtig kein System bekannt, welches Informationen wie nathan liefert. nathan basiert u.a. auf an der Kasse generierten Verkaufsdaten, welche repräsentativ erhoben werden.

### Eine moderne, kaufmännisch denkende Buchhandlung möchte, solange sich kein qualitativer Nachteil für den Kunden ergibt, das teuerste Buch zu einem Thema verkaufen. Könnten nach Verkaufszahlen sortierte Titelan-sichten nicht dazu führen, dass niedrigpreisige Titel die Top-Platzierungen einnehmen?

Der Kunde, der die Buchhandlung betritt, ob spontan oder gezielt, überlegt sich spätestens wenn er mit einem Buch/Thema konfrontiert wird, welches ihn interessiert, was es ihm Wert ist bzw in welcher Preiskategorie es sich bewegen sollte. Das kaufmännische Denken versucht natürlich das teure Buch zu verkaufen. Wenn es das Budget des Kunden zulässt oder wenn das Verkaufsgeschick des Buchhändlers greift, ist das auch gut so. Beachten sollte man dabei jedoch, dass der Kunde wenn er die Buchhandlung verlässt mit der Beratung und dem Preis-/Leistungsverhältnis zufrieden ist. Was ich damit sagen möchte: Der Kauf von niedrig- oder hochpreisigen Produkten liegt nicht ausschließlich in der Hand des Buchhändlers, sondern wird auch durch das unterschiedliche Budget der Konsumenten bestimmt. Um sein Sortiment optimal zu bestimmen, sollte hier der Buchhändler die unterschiedlichen Käuferschichten beachten. Auch dazu bietet nathan umfangreiche Informationen.

hohe Qualität der Daten zu erreichen. Das beginnt bei der Kontrolle und Korrektur der Titel-Stammdaten, die wir von den Verlagen geliefert bekommen. Schreibweisen, Verlagsbezeichnungen, Vollständigkeit der Daten oder ähnliches wird überprüft und gegebenenfalls angepasst.“ Ebenso wichtig sei die Aussagekraft der Verkaufszahlen. Nahezu jeder zweite Verkauf im Handel werde erfasst und führe so zu einer sehr wirklichkeitsnahen, repräsentativen und damit aussagekräftigen Hochrechnung auf absolute Verkäufe.

Wie aber sieht es mit nathans Alltagsqualitäten in der Hauptdisziplin, dem Bibliographieren, aus? Wir haben uns einen Vormittag an den Bildschirm gesetzt und getestet. Von Standardjobs wie „... irgendwas mit ‚Frag die Zeit‘ von Kapuss, oder so“ (Capus: „Eine Frage der Zeit“ – fantastisches Buch!) bis zu richtigen Härtefällen wie „... eine wissenschaftliche Abhandlung über das Paarungsverhalten südsiamesischer Seeanemonen im Winter“. Es gibt eine Reihe von kleineren Dingen, die stören. So sind Autoren mit gleichem Nachnamen nicht noch mal nach Vornamen sortiert, die Auswahl der Warengruppen ist durch eine lange Listendarstellung unpraktisch und der Preis ist recht versteckt unter den anderen Titeldaten aufgeführt. Laut Uwe Maisch lassen sich diese Kleinigkeiten schnell optimieren. Positiv aufgefallen sind die Arbeitsgeschwindigkeit, die aufgeräumte Titeldarstellung mit großem Coverfoto und die generell sehr übersichtliche Bedienoberfläche. Eine Funktion ist uns besonders aufgefallen: Die „Programmorschau“ bietet genau das, was der Name erhoffen lässt. Ein digitales, durchsuchbares Gesamtverzeichnis aller kommenden Neuerscheinungen. So ließe sich mit nathan die Frage, wann denn etwas Neues von „unbekanntem Autor XY“



So sieht nathan aus: Was für Verlage seit langer Zeit selbstverständlich ist, wird in Zukunft auch für Buchhandlungen möglich sein. Wir haben uns nathan für Sie angeschaut und großes Potenzial für Ihren Einkauf entdeckt

erscheine, nicht erst beantworten, wenn die Barsortimente den Titel aufgenommen haben oder Sie alternativ 23 Vorschauen durchforstet haben. Mit etwas Feinschliff

ist nathan also durchaus als Alltags-Bibliographie denkbar.

So entsteht mit nathan ein neues Werkzeug, dass sich gerade für kleinere und mittelgroße Buchhandlungen zu einer wichtigen Hilfe für den absatzoptimierten Einkauf entwickeln könnte und in Zukunft Herrn Müller und Ihnen leergekaufte Bildbandregale beschert. Uwe Maisch drückt das kürzer aus: „nathan ist für Buchhändler Gold!“

Holger Moewes

Info: Weitere Informationen erhalten Sie auf [www.mc-nathan.com](http://www.mc-nathan.com) oder per E-Mail über [info.nathan@media-control.de](mailto:info.nathan@media-control.de). Buchhändler haben die Möglichkeit nathan 14 Tage kostenlos und unverbindlich zu testen.

## Nathan als Bibliographie im Alltag

### PRO

- Verkaufszahlen-Integration
- Schnelle Arbeitsgeschwindigkeit
- Übersichtliche Bedienoberfläche
- Große Coverfotos
- digitale Programmorschau
- Sortiermöglichkeiten von Suchergebnissen

### CONTRA

- Autoren nicht nochmal nach Vornamen sortiert
- Preis im Text „versteckt“
- Warengruppenauswahl nicht optimal
- Seitenzahl-Angabe fehlt in Stammdaten