

Moderation zu Programmpunkt 4

Das Buch ist ein Produkt, das Geld kostet und Geld einbringen muss. Es geht um Verluste und Gewinnspannen. „Wir müssen als Regel annehmen, dass wir von zwanzig Büchern bei zehn verlieren, bei fünf auf unserer Kosten kommen, bei vier ordentlich und bei einem tüchtig gewinnen.“ Das sagte schon Herr Brockhaus vor genau 200 Jahren.

Unser nächster Programmpunkt: Ein Dialog:

Frau Gabriele Schink, Geschäftsführerin der Börsenvereins des Deutschen Buchhandels, im Gespräch mit Natalja Klan und Daniel Schmidt

1.	<p>Frau Schink, Sie kommen gerade von der Frankfurter Buchmesse, die gestern zu Ende gegangen ist. Diese Messe ist die weltweit größte und bedeutendste Buchmesse. Sie wird veranstaltet von der Messe- und Ausstellungsgesellschaft des Börsenvereins des Deutschen Buchhandels. Sie können uns aus erster Hand einen Eindruck vermitteln. „Buchmesse geht auf Rekordjagd.“ sagen die Zeitungen.</p> <p>Sind Sie zufrieden mit der Bilanz dieser Woche?</p>	
2.	<p>Der Börsenverein des Buchhandels tritt nicht nur als Veranstalter der Buchmesse hervor, der Börsenverein vertritt die Interessen seiner Mitglieder, also der Verlage und des Buchhandels. Ihre Aktivitäten drehen sich um das Produkt Buch, um seine Herstellung und seinen Vertrieb und Verkauf.</p> <p>Der Erfolg eines Produktes ist auch eine Sache des Preises. In Deutschland sind die Verlage verpflichtet einen festen Verkaufspreis für das jeweilige Buch festzusetzen, der dann im Verkauf eingehalten werden muss.</p> <p>England oder auch die USA sind Länder ohne Buchpreisbindung, die Schweiz hat sie gerade abgeschafft.</p> <p>Sie bzw. der Börsenverein setzen sich für den Erhalt der Buchpreisbindung in Deutschland ein. Warum?</p>	
3.	<p>Das Buch ist auch ein Gegenstand von Vermarktungsstrategien. Man denke an Harry Potter. Noch während des Schreibens des letzten Bandes wurde eine Marketingkampagne auf allen Ebenen gestartet, die den Erfolg des Buches von Beginn an unterstützen sollte.</p> <p>Heißt das, man kann einen Bestseller planen und damit auch den kommerziellen Erfolg - unabhängig von seiner inhaltlichen Qualität?</p>	
4.	<p>Kommen wir zum Zukunft des Mediums Buch. Vor zwei Monaten veröffentlichten Sie folgende Zahlen zum Konsumentenverhalten: Die Deutschen gaben im Jahr 2006 rund 9,3 Milliarden Euro für Bücher aus, das sind 1,1 % mehr als im Jahr davor. Diese Angabe könnte die</p>	

	<p>Buchbranche optimistisch stimmen. Trotzdem kursieren Schlagzeilen, die den Untergang des Buches verkünden: Das Buch sei eine „aussterbende Verpackungseinheit für Inhalte“, das alte Medium Buch sei zu teuer, zu dick, zu anstrengend, man müsse ständig umblättern... (Pressemeldung vom 14.8.07 über eine Tagung des Börsenvereins in Düsseldorf)</p> <p>Welche Handlungsstrategien entwickeln Sie, um die Zukunft der Buches zu sichern? Was tun Sie, um die Zielgruppe der jugendlichen Leser und Käufer zu erreichen? Was setzen Sie der Konkurrenz der digitalen Medien entgegen?</p>	
5.	<p>Ihrer Website haben wir folgende Informationen entnommen: Nordrheinwestfalen liegt mit 1083 Buchhandlungen vor Baden-Württemberg und Bayern an der Spitze (Ratingen: 7), über 400 Buchverlage und 3440 Publizisten und Autoren (Schätzing!) arbeiten hier. Hier werden mehr als ein Drittel der bundesweiten Umsätze im Literatur- und Buchmarkt erzielt. 15 000 Menschen finden rund um das Buch einen Arbeitsplatz. Der Buchmarkt nimmt somit einen wichtigen Platz innerhalb der Wirtschaftsleistung unseres Landes ein.</p> <p>Trotzdem ist der Buchmarkt aus der Sicht von Jugendlichen ein eher unbekannter Wirtschaftszweig und wird als Ausbildungsbereich selten in Betracht gezogen.</p> <p>Frage: Welche konkreten berufspraktischen Perspektiven gibt es für uns als zukünftige Auszubildende und Studierende? Können Sie uns einen Karrierestart in der Buchbranche empfehlen?</p>	
6.	Vielen Dank für dieses Gespräch.	