



**VERLAGE** Sachbücher haben im stationären Buchhandel einen guten Lauf. Dies bestätigen buchreport drei Buchhändler, die das Segment intensiv pflegen. Mit diversen Veranstaltungsformaten wird die Nachfrage weiter angekurbelt.

# Konzentrierte Lektüre statt Smartphone-Wisch

**Breite Front für das Sachbuch:** Elisabeth Evertz (Foto), Inhaberin der Buchhandlung Scheuermann in Duisburg, bezeichnet sich selbst als großen Fan des Genres.

Wenn in der Duisburger Buchhandlung Scheuermann einmal im Jahr zum „Sachbuch-Abend“ geladen wird, dürfen sich die Gäste auf ein spannendes und abwechslungsreiches Programm freuen. Je 8 Titel der von ihnen betreuten Verlage im Gepäck, geben die Vertreter Michael Schikowski (u.a. Aufbau-Verlag), Guido Marquardt (u.a. Beltz-Gruppe) und Silvia Maul (Forum Independent) einen Einblick in das weite Feld der Sachbuch-Neuerscheinungen. Buchhändlerin Elisabeth Evertz, die ihre Räumlichkeiten für die Veranstaltung zur Verfügung stellt, ist von dem Format überzeugt: „Die Neugierde auf bestimmte Themen wird geweckt und durch die anregen-

den Vorträge bleiben die vorgestellten Titel viel besser im Gedächtnis als zum Beispiel beim Durchblättern einer Vorschau.“

Der Sachbuch-Abend wurde vor zehn Jahren initiiert, „um Novitäten in informeller Atmosphäre vorzustellen und damit Buchhändler bei ihrer täglichen Arbeit zu unterstützen“, so Silvia Maul, Geschäftsführerin der Vertriebskooperation Forum Independent, die 17 unabhängige Sach- und Fachbuchverlage versammelt. Besonders Anliegen ist dabei, die Publikationen kleinerer und mittlerer Verlage in den Fokus zu rücken, „aber auch ganz allgemein das Segment Sachbuch voranzubringen“. Insbesondere vielen kleineren Buchhänd-

# »Den Mut haben, sich auszutoben«

Forum-Independent-Geschäftsführerin Silvia Maul zur Inszenierung des Sachbuchs.

Die Vertriebskooperation Forum Independent bündelt seit 2007 das Buchhandelsmarketing von heute 17 Sach- und Fachbuchverlagen aus Deutschland, Österreich und der Schweiz. Mit dabei sind u.a. die Wissenschaftliche Buchgesellschaft, Reclam und der Haupt Verlag. Silvia Maul (56) ist seit 2012 Geschäftsführerin des Zusammenschlusses und betreut die Schlüsselskunden.

## Benötigen Buchhändler bei Sachbüchern Orientierungshilfe?

Vor allem kleinere Buchhandlungen freuen sich, wenn sie Tipps und Ratschläge bekommen, weil sie durchaus einräumen, dass sie sich aufgrund der Struktur ihrer Buchhandlung nicht so stark damit beschäftigen, wie ausdifferenziert sie ein Sachbuchregal bestücken können. Oft haben sie sich auf Belletristik, Kinderbuch oder Ratgeber spezialisiert, das Sachbuchregal ist eher klein.

## Weil das ein Genre ist, in dem sie nicht so gut beraten können?

Ich habe den Eindruck, dass Buchhändler, die gern beratungsintensiv arbeiten, denken, dass sie beim Sachbuch mehr Aufwand betreiben müssten. Für Viele ist es ein gewohnter Schwerpunkt, auf Unterhaltung, Literatur und Kinderbuch zu setzen.

## Es braucht also Vermittlungsarbeit?

Ja, deshalb machen wir seit zehn Jahren unseren Sachbuch-Abend, bei dem wir zu dritt Novitäten aus verschiedenen Verlagen vorstellen und auch Trends und allgemeine Erläuterungen zum Genre geben.

## Mit welcher Resonanz?

Das Format wird von den Buchhändlern dankbar angenommen. Sie bekommen eine Unterstützung, was die Titel selbst betrifft, aber auch Anregungen, darüber hinaus zu denken, z.B. zu welchen



Themen man etwas machen kann. Wir erleben, dass die Sortimenterteile sich immer häufiger untereinander austauschen und dass die Bücher anders präsentiert werden. In der letzten Herbstsaison haben wir mit dem Format 100 Buchhändler und Buchhändlerinnen erreicht.

## Nach welchen Kriterien wählen Sie die Titel aus, die Sie an diesem Abend präsentieren?

Wir versuchen ein möglichst breites Panorama abzudecken – vom Kochbuch, einer umfangreichen historischen Monografie bis hin zum knallharten Politsachbuch. Das populäre Sachbuch steht dabei im Fokus, aber wir machen auch Sidesteps und ermutigen dazu, keine Angst vor dem gehobenen, anspruchsvollen Sachbuch zu haben.

## Welche Praxistipps geben Sie?

Wir weisen vor allem darauf hin, das Angebot auf bestimmte Zielgruppen auszurichten und zu fragen: Für welche Kundenanfragen in der Buchhandlung sind welche Bücher geeignet? Ein Beispiel: Jemand kommt in die Buchhandlung, der ein Geschenk für einen Philosophie-Interessierten sucht. Für diesen Fall sollte man mindes-

tens einen gut geschriebenen Überblick vorrätig haben.

## Wie können Buchhändler das Sachbuch besser präsentieren?

Unser Appell lautet: Zeigen Sie den Mut, dass Sie mit dem Genre etwas zu sagen haben. Sowohl in der Auslage als auch im Regal sollte Platz für die Bücher geschaffen werden. Der durchschnittliche Ladenpreis beim Sachbuch ist höher als bei einem belletristischen Titel. Wenn ich also mehr Fläche für das Sachbuch zur Verfügung stelle, werde ich das beim Verkauf auch merken. Einen 24-Euro-Titel verkaufe ich wahrscheinlich nicht so häufig, aber der Schnitt könnte unter Umständen derselbe sein.

## Auf der Bestsellerliste stehen vor allem Titel aus großen Verlagen ...

Wir empfehlen deshalb, auch rechts und links zu schauen, was andere Verlage für gute Sachbücher machen. Zu vielen Themen können Buchhändler buchtypenübergreifend sortieren, etwa zu einer politischen Wahl Tische zusammenstellen mit einer Einführung, einem Debattenbeitrag, einer philosophischen Monografie und einem historischen Werk. Das sind unterschiedliche Darreichungsformen und unterschiedliche Preise, die somit ein breites Publikum ansprechen. Und ich kann Zusatzkäufe generieren: Wer sich als anspruchsvoller Käufer an so einen Tisch begibt, nimmt vielleicht auch etwas Kleines mit oder umgekehrt.

## Fehlt es an Kreativität?

Eher an Mut. Unsere Verlagslandschaft gibt es wirklich her, hier ein großes Angebot zusammenzustellen und sich bei bestimmten Themen mal richtig auszutoben – die Verlage unterstützen das. Unsere Online-Verkäufe bestätigen uns: Die Nachfrage ist da, wird vor Ort aber nicht ausreichend bedient.

Die Fragen stellte Nicole Stöcker

Anzeigen

## Biomachtspiele

Paolo Bacigalupi  
**Biokrieg**



Roman  
608 Seiten  
broschiert  
10,99 Euro  
978-3-453-32011-6  
Heyne

Bangkok in naher Zukunft: Klimawandel und die Profitgier der internationalen Großunternehmen haben die Welt, wie wir sie kennen, zerstört. Künstlich generierte Krankheiten, Bioterrorismus und Hungersnöte gehören zum Alltag. Die Lebensmittelkonzerne beherrschen die globale Marktwirtschaft. Anderson Lake, Mitarbeiter der Firma AgriGen, versucht in Thailand an die weltweit noch einzigen Stammkulturen unverseuchten Getreidesamens zu kommen. Doch Thailands Regierung setzt alles daran, das zu verhindern.

## Ökokollaps

Kim Stanley Robinson  
**New York 2140**



Roman  
816 Seiten  
Papback  
16,99 Euro  
978-3-453-31900-4  
Heyne

New York, 100 Jahre später. Der Meeresspiegel ist angestiegen, die Straßen sind Kanäle und aus den Wolkenkratzern sind hoch aufragende Inseln geworden. Aber noch hat die Stadt sich nicht aufgegeben. In einem Haus treffen so unterschiedliche wie ergreifende Schicksale aufeinander, die von der Zukunft nach dem Ökokollaps erzählen. Auf dem Dach leben die Coder. Ihr Verschwinden setzt eine Kette von Ereignissen in Gang, die das Leben aller New Yorker für immer beeinflussen werden.

lern fehle es an Mut bei der Auswahl und Präsentation, berichtet Maul im Interview (S. 55). Das Veranstaltungsformat hat sich in drei Städten etabliert. Während in Köln und Bielefeld die Abende nur unter Buchhändlern in einem Restaurant vor Ort stattfinden, sind die Duisburger vor drei Jahren in die Buchhandlung Scheuermann umgesiedelt, seit zwei Jahren dürfen auch Kunden teilnehmen. Inhaberin Evertz zieht aus den Veränderungen positive Schlüsse: „Die Kunden nehmen das sehr gut an und für uns ist es eine Hilfe im Weihnachtsgeschäft.“ Zum Ablauf:

■ **Vorstellungsteil:** Die Novitätenschau, die von Michael Schikowski mit Erläuterungen zum Sachbuchsegment und zu aktuell relevanten Themen eingeleitet wird, dauert etwa anderthalb Stunden.

■ **Geselliger Teil:** Die Buchhändler und auch die Kunden können danach bei Getränken und Fingerfood noch miteinander ins Gespräch kommen.

■ **Verkaufsteil:** Ein Büchertisch wird mit den Novitäten bestückt – für den Verkauf an die Endkunden als auch für die Buchhandelskollegen, die sich hier mit Leseexemplaren eindecken können.

### Stärkere Nachfrage

Elisabeth Evertz, die bereits seit der Übernahme der Buchhandlung (86 qm Verkaufsfläche) vor 15 Jahren einen ausgewiesenen Sachbuch-Schwerpunkt hat, kann die derzeitige Konjunktur des Segments im Buchmarkt auch vor Ort nachvollziehen: „Es gibt einen Zugewinn an neuen Kunden.“ Hintergrund sei der Wunsch nach konzentrierter Lektüre als Gegenbewegung zur Nutzung digitaler Medien. Auch bei der jüngeren Generation sieht sie vor allem beim Sachbuch die Möglichkeit, „Hemmschwellen abzubauen und Orientierung zu geben“, weil man hier gezielt mit Themen ansprechen könne, während ein „Tisch voller Belletristik“ eher überfordere.

Das Angebot hat sie in den vergangenen Jahren zusätzlich zu Philosophie, Geschichte und Politik um den Bereich „Lebensqualität“ ergänzt, der insbesondere Frauen anspreche. Hierbei handle es sich nicht um „herkömmliche Ratgeber“, sondern „um die Auseinandersetzung mit existenziellen Fragestellungen“, wie beispielsweise formuliert im 2018 erschienenen Hanser-Titel „Warum wir unseren Eltern nichts schulden“ von Barbara Bleisch.

Belletristik und Sachbuch nehmen heute in der Buchhandlung fast die gleiche Fläche ein. Ende Juni ist ein Shop-in-Shop der Wissenschaftlichen Buchgesellschaft eingeweiht worden, bei der Günther Müchler seine „Napoleon“-Biografie (Theiss) vorgestellt hat. „Das ist eine schöne Möglichkeit, diese Bücher sichtbar zu machen“, so Evertz über die Kooperation.

Beim Einkauf hat die Buchhändlerin zwar auch ihre Stammkunden im Blick, achtet aber vor allem darauf, „mit der Auswahl zu überraschen, sodass die Kunden das Gefühl bekommen, etwas entdeckt zu haben“. Gerade die Sachbuch-Käufer lassen sich gern inspirieren, so ihre Erfahrung. In der Duisburger Fußgängerzone gelegen, profitiere das Geschäft auch von den Pendlern, die in der Innenstadt arbeiten und die Mittagspause nutzen, um ein Buch zu entdecken.

### Vernetzte Veranstaltungen

Ein besonderes Aushängeschild im Sachbuch hat die Buchhandlung Proust (100 qm) in Essen, die seit über zehn Jahren gemeinsam mit Deutschlandfunk Kultur die Reihe „Lesart – Aktuelle Sachbücher in der Diskussion“ veranstaltet:

■ **Format:** Die Sendung wird von Deutschlandfunk Kultur sechsmal im Jahr im Café Central International des Essener Grillo-Theaters aufgezeichnet und am jeweils folgenden Samstag im Rundfunk gesendet. Unter einem übergeordneten

Thema – zuletzt „Viel Arbeit, aber kein Job – Mütter auf dem Weg in die Altersarmut“ – werden zwei aktuelle Bücher besprochen.

■ **Teilnehmer:** An der Gesprächsrunde sind die Autoren sowie Radio-Moderator Christian Rabhansl und Jens Dirksen beteiligt, Kulturchef der Westdeutschen Allgemeinen Zeitung, die als Medienpartner vorab über die Bücher berichtet.

■ **Buchhandlung:** Diese wird in die Auswahl der Titel einbezogen und betreibt während der Veranstaltung vor Ort einen Büchertisch. Proust-Inhaber Peter Kolling kann die Titel durch die Vorab-Berichterstattung in der „WAZ“ bereits im Vorfeld gut verkaufen. Ein „schöner Werbeeffect“ sei außerdem, dass die Buchhandlung in der Anmoderation genannt werde.

Neben „Lesart“ hat Kolling eine ganze Reihe regionaler Kooperationen eingefädelt, etwa mit dem Deutsch-Französischen Kulturzentrum oder dem Evangelischen Studierendenzentrum im Rahmen der Reihe „Korrespondenzen – Wissenschaft und Gesellschaft im Dialog“. Ganz frisch ist zudem die Beteiligung an der Reihe „Ruhr-

Futur & Gäste“, bei der zwei- bis dreimal jährlich in der Volkshochschule Essen Chancengleichheit und Bildungsgerechtigkeit diskutiert werden.

„Wir machen das in erster Linie, weil es uns interessiert“, begründet Kolling das Engagement im Veranstaltungsbereich, in dem meist kostendeckend gewirtschaftet werden könne. Um Aufwand und Kosten in Grenzen zu halten, rät er von einem Alleingang ab und empfiehlt, sich zu vernetzen. Konkret bringe das folgende Vorteile mit sich:

■ **Anpassung der Besucherzahlen:** Die Veranstaltung muss nicht in den eigenen Räumen stattfinden, was immer mit viel organisatorischem Aufwand verbunden ist.

■ **Kostenaufteilung:** Die Kosten für die Autoren – sofern nicht vom Verlag bezahlt – können geteilt werden. Die Werbungskosten können gemeinsam getragen werden.

■ **Vergrößerung der Zielgruppe:** Durch den Kooperationspartner kann der Interessentenkreis für das Thema ausgeweitet werden. Nicht zuletzt können so neue Kunden für die Buchhandlung gewonnen werden. ▷



**Setzt auf Vernetzung:** Peter Kolling, Inhaber der Buchhandlung Proust in Essen, realisiert seine Sachbuch-Events in Kooperation mit ausgewählten Partnern.

Foto: Proust

## LIEBER LACHFALTEN ALS TRÄNENSÄCKE!

Der beliebte Entertainer **THOMAS HERMANN** zeigt, wie die Kraft der guten Laune uns hilft, jede Lebenslage zu meistern.



**GRÄFE  
UND  
UNZER**



**Greift Diskussionen auf:**  
**Klaus Kowalke, Inhaber**  
**der Buchhandlung**  
**Lessing und Kompanie in**  
**Chemnitz, hat gerade ein**  
**Schaufenster zum Thema**  
**Migration gestaltet.**

Im Geschäft selbst setzt Kolling auf bekannte Größen im Sachbuchbereich wie Suhrkamp oder S. Fischer, der Schwerpunkt liegt aber auf kleinen Verlagen wie Matthes & Seitz, Klostermann, Passagen, Felix Meiner und der Hamburger Edition. „Wir wählen die Titel aus, von denen wir meinen, dass sie wichtige Beiträge liefern“, so Kolling. Einzelne Bücher wie „Die Gedächtnislosen“ (Secession Verlag) von Géraldine Schwarz avancierten so zu haus-eigenen Bestsellern. Um das Sortiment immer aktuell zu halten, kommen ausschließlich Novitäten in die Regale und auf die Thementische. Den Anteil des Sachbuchs am Gesamtumsatz schätzt Kolling auf 30%. Einfluss auf die Nachfrage hätten Besprechungen in den Feuilletons, Sachbuchpreise und Bestenlisten.

#### Themen vielfältig inszenieren

Dass das Genre durch die frisch ausgelobten Sachbuchpreise des Börsenvereins und der Wissenschaftlichen Buchgesellschaft eine größere Wahrnehmung erhält, findet auch Klaus Kowalke begrüßenswert. In der Chemnitzer Buchhandlung Lessing und Kompanie (75 qm) schaffen es vor allem historische und philosophische Themen sowie aktuelle gesellschaftliche Debatten wie der Klimawandel ins Sortiment. Kowalke, der sich im vergangenen Jahr gegen-

über der Presse von den ausländerfeindlichen Ausschreitungen in Chemnitz distanziert hatte, sucht insbesondere beim Thema Flüchtlinge immer wieder den Dialog. Drei Beispiele:

■ Ende 2018 lud Lessing und Kompanie gemeinsam mit dem örtlichen Kino Metropol die Friedenspreis-Trägerin Carolin Emcke mit ihrem Buch „Gegen den Hass“ ein. Die Lesung und anschließende Diskussion fand im Rahmen der Aktion „Friedensmontag“ statt, bei der auch eine Filmdokumentation von Ai Weiwei gezeigt wurde.

■ Im März hat Volker Dittrich seinen Georgien-Bericht „Paradies am Rande Europas“ (Mitteldeutscher Verlag) in den Räumlichkeiten der Buchhandlung vorgestellt. Er erzählt darin von der politischen Situation nach der Zerschlagung der Sowjetunion, als ebenfalls viele Menschen vertrieben worden sind. In der Verknüpfung mit einer Fotoausstellung, deren Originale später bei einer Finnisage versteigert wurden, „konnte das Thema auf mehreren Ebenen sinnstiftend inszeniert werden“, so Kowalke.

■ Aktuell nutzen Kowalke und seine Partnerin Susanne Meysick das Aktionsplakat des Börsenvereins anlässlich des Weltflüchtlingstags, um ein Migrations-Schaufenster mit einer Auswahl von Titeln zu gestalten.

Die Nachfrage nach Sachbüchern steigt insbesondere „in Zeiten der Verunsicherung, in denen die Menschen Orientierung suchen“, so die Beobachtung des Buchhändlers. Die Verkaufsinzenierung und Beratung ist dabei entscheidend: Bücher, die empfohlen werden, werden besser verkauft, etwa der 2017 erschienene Rowohlt-Titel „Das Europa der Könige“ von Leonhard Horowski, das bei Lessing und Kompanie inzwischen auf mehrere Hundert Exemplare kommt.

Gern greift Kowalke Jubiläen auf und nutzt die Nachfrage, die durch die breite Medienberichterstattung wie aktuell zum Bauhaus generiert wird. Bei der Auswahl berücksichtigt er dann vor allem „die kleinen, feinen Verlage“ und rät, auf genreübergreifenden Thementischen auch „Abseitiges“ wie einen Ausstellungskatalog oder eine Monografie anzubieten, „um die ganze Bandbreite zu zeigen“ (s. Kasten mit Tipps aller drei Buchhändler).

Nicole Stöcker stoecker@buchreport.de

## Sachbuch-Tipps von Buchhändlern

### Auswahl

- Besonderes: Nicht nur auf Bekanntes setzen, sondern den Kunden mit besonderen Büchern überraschen und inspirieren
- Vielfalt: Neben den bekannten (meist großen) Sachbuchverlagen auch die kleinen, feinen Publikationen aus den kleineren Verlagen anbieten
- Aufhänger: Jubiläen, Preisverleihungen, Bestenlisten berücksichtigen

### Präsentation

- Sachbuch-Thementisch: Eine große Auswahl zusammenstellen, fünf Titel sind kein Thementisch
- Genreübergreifender Thementisch: Neben naheliegenden Genres wie Biografie und Roman auch „abseitige“ Formate einbinden
- Schaufenster gestalten: Zum Beispiel mit einem Veranstaltungsplakat

### Veranstaltungen

- Kooperationen: Kosten teilen, Zielgruppe erweitern, größere Räumlichkeiten nutzen
- Werbung für die Buchhandlung: Anlaufpunkt für den Verkauf der Bücher, Expertise zeigen
- Vielfältige Inszenierung: Durch die Verknüpfung etwa mit einer Fotoausstellung kann ein Thema auf mehreren Ebenen inszeniert werden