

*Schöne Idee*  
Die Buchhandlung für die Stadt

Michael Schikowski schrieb unlängst über Buchhandlungen in der Stadt: „Eine Stadt, die sich auf die Bereitstellung von Handel reduziert, gibt ihren Bürgern nicht den heute notwendigen Handlungsraum.“

Aber: Was ist die Buchhandlung für die Stadt? In einem grundsätzlichen Artikel beschreibt er das Verhältnis von Stadt und Buchhandlung und versucht, Buchhandlungen als unverzichtbare soziale Orte des **Stadtlebens** zu beschreiben

**B**uchhandlungen stehen nicht auf dem Mond. Sie stehen in der Stadt. Warum aber gibt es überhaupt Buchhandlungen? Wenn wir in der Buchhandlung sind, dann wissen wir das genau. Hier soll aber einmal der Versuch unternommen werden, diese Frage weniger aus der naheliegenden Perspektive von Buchhandel und Buch, also von innen heraus zu beantworten, sondern aus der Perspektive einer Stadt, die neben Geschäften eine Fülle kultureller Einrichtungen beherbergt. Die Frage wäre also zu erweitern: Was ist überhaupt eine Buchhandlung für die Stadt? Was fügt sie der Stadt hinzu, was fehlt der Stadt, wenn es keine Buchhandlung gibt?

Mitte der 1970er Jahre war die Buchhandlung Funk für mich entscheidend, in der ich mir meine ersten Bücher von Jules Verne und Jack London kaufte. Dergleichen wird zur Begründung einer Buchhandlung in der Stadt aber nicht ausreichen, es verkleinert eine wichtige soziale Institution auf ein bloß privat bedeutsames Phänomen, und zeigt doch immerhin, dass Buchkultur bestimmter Orte bedarf.

Eine Buchhandlung zahlt Gewerbesteuer und gibt Menschen Arbeit. Das ist ein Argument für Buchhandlungen aus ökonomischer Sicht. Bei einem Schwimmbad sieht der Stadtkämmerer die Einnahmen und Kosten, der Bademeister aber berichtet, wie viele Kinder bei ihm Schwimmen gelernt haben. Das ist kaum nach ökonomischen Parame-

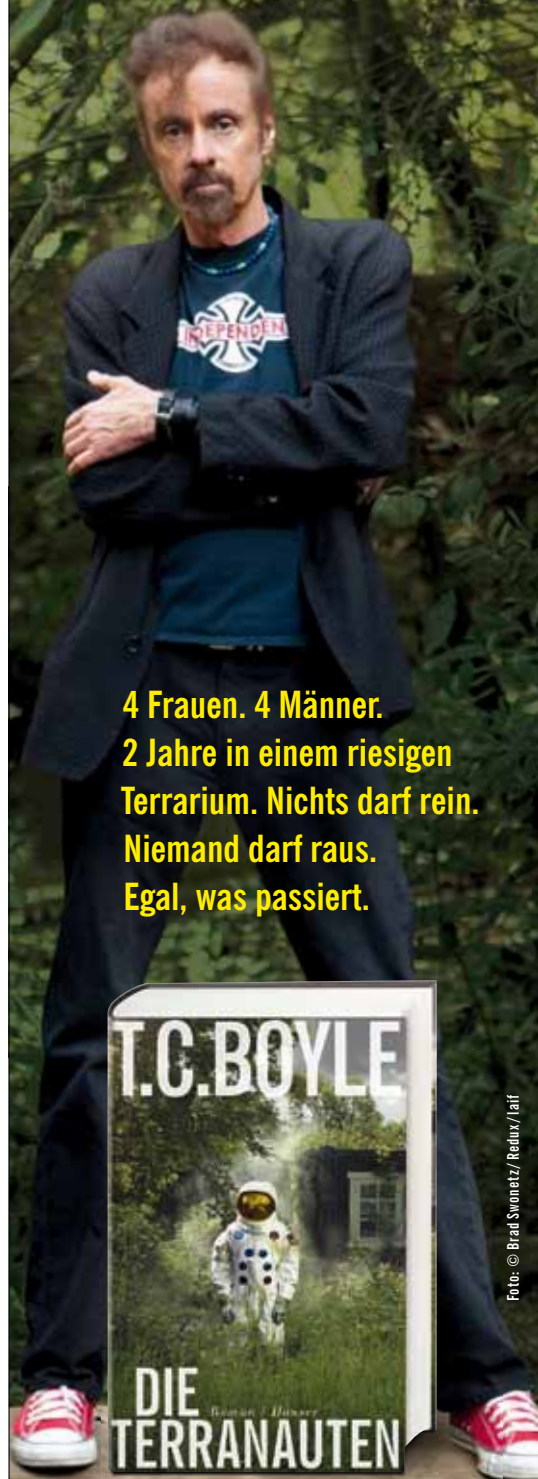
tern zu berechnen und zugleich sozial und kulturell unschätzbar. Schwimmen ist wie Lesen ein Können, das sich nicht berechnen lässt, aber für den sozialen Frieden unbezahlbar ist.

Kultur wird in Deutschland zu 80 % staatlich gefördert. Es hat daher wenig Sinn, im Bereich der Kultur allein auf Wirtschaftlichkeitsrechnungen zu setzen. So hat die KPMG der Stadt Leverkusen empfohlen, das Museum im spätbarocken Wasserschloss Morsbroich zu schließen. (FAZ vom 25.2.2016) Vermutlich würden Wirtschaftsprüfungsgesellschaften nicht allein Museen, sondern auch Buchhandlungen und schließlich ganze Stadtteile und Mittelstädte einfach aufgeben, denn zur Bemessung unserer Lebenswelten und Kulturräume fehlen verlässliche Daten, die sich rechnen und vergleichen lassen.

Es scheint also an der Zeit, die Beschreibung der Buchhandlung in der Stadt als teilalimentierten Ort der Stadt anzunehmen – auch in der Selbstbeschreibung der Branche. (Ob Buchhandlungen damit schon nach dem Modell der Landwirtschaft betrieben werden müssen, ist dabei gar nicht ausgemacht.) Die Preisbindung und die reduzierte Mehrwertsteuer sind gut begründete Maßnahmen in diesem Sinne.

Aber erst mit dem Deutschen Buchhandelspreis wird etwas davon öffentlich, von dem man hoffen darf, dass es auch die Verantwortlichen in den Städten erreicht. Gewiss erzeugt der Preis bei Buchhand-

# T.C. BOYLE



**4 Frauen. 4 Männer.  
2 Jahre in einem riesigen  
Terrarium. Nichts darf rein.  
Niemand darf raus.  
Egal, was passiert.**

608 Seiten. Gebunden  
Bedrucktes Vorsatzpapier. Lesebändchen  
€ 26,- [D]. ISBN 978-3-446-25386-5  
Auch als E-Book erhältlich

**Jetzt in der Auslieferung!**



**Dülkener Büchereck, Viersen:** *Buchhandlung zwischen Kirchturmsdenken und um die Ecke denken*

lungen das Bestreben, dem Bild von Buchhandel, das sich als preiswürdig erweist, zu entsprechen. Und das Geld wird in den Erhalt der Buchhandlung reinvestiert. Zugleich zeigt der Preis durch öffentliche Ausschreibung und Preisverleihung, dass die Branche der Unterstützung auch auf kommunaler Ebene bedarf. Er wird erst richtig verstanden, wenn er als deutliche Nachricht an die Verantwortlichen der Städte gesehen wird, sich über den Erhalt von Buchhandlungen als relevanter Kulturorte in ihrer Stadt Gedanken zu machen.

## Was wollen wir in der Stadt?

Die Stimmung von Wachstum und Konsumfreude in der Stadt scheint schon lange vorbei. Die zahlreichen Schließungen von Buchhandlungen und vieler anderer stationärer Geschäfte haben ein ganzes Bündel von Ursachen: Nachfolgeprobleme, Finanzierungslücken, Migration, Renovierungstau, Überalterung, Internet, Nachlassen der Kaufkraft vor Ort, Eröffnung eines Filialisten und vieles andere mehr.

Der digitale Kapitalismus und die Globalisierung sind es, die den über 400.000 Einzelhandelsgeschäften in Deutschland

zusetzen: der Umsatz geht zunehmend an den Online-Handel. Genau hier setzt die 2012 gegründete Mittelstandsinitiative „Buy Local“ an, die im Buchhandel ihren Anfang nahm und inzwischen 600 Mitglieder hat.

Inzwischen es gibt auch zahlreiche Neueröffnungen wie Transfer (Dortmund) und Bukafski (Mainz). Allerdings, Buchhandlungen sind eher vorsichtige Kulturfolger als forsche Kulturpiloten. Neben dem Burger- und Weinladen, dem Reformhaus, dem Laden mit exotischen Früchten, Biobrot und -fleisch und Holzspielzeug gedeihen auch Buchhandlungen. Also eher dort, wo das Geld schon wohnt, wo die Gentrifizierung des Viertels also weit fortgeschritten oder bereits abgeschlossen ist. Es ist zweifelhaft, ob man mit Buchhandlungen ein Viertel ‚heben‘ kann, ganz sicher aber ist ein Viertel als sozialer Identifikationsort verloren, wenn auch noch die Buchhandlung schließt.

Buchhandlungen sind also eingebettet in ein breites Feld ökonomischer und gesellschaftlicher Bedingungen. Die große Flächenvermehrung des Einzelhandels in Deutschland begann in den 1970er Jahren und sie betraf natürlich auch den Buchhandel. Bis in die 1990er Jahre hatte sich die Verkaufsfläche verdoppelt. Zugleich stieg die Produktion von Büchern in ungeahnte Höhen.

In diese Zeit fällt auch die Eröffnung der Buchhandlung Funk in Bensberg. Die ortsansässige Zeitung schrieb damals: „Hier wurde in der Tat eine Marktlücke geschlossen, die auch dem Prestige der Stadt bisher ab und an schadete. Es macht keinen guten Eindruck, wenn eine so um Repräsentation bemühte, so schnell wachsende und so oft von sich reden machende Mittelstadt nicht einmal eine Buchhandlung aufzuweisen hat.“

Neben dem allgemeinen Flächenzuwachs im Einzelhandel kam damals also auch das Bedürfnis nach Anerkennung als potente Mittelstadt hinzu. Inzwischen sind in den Klein- und Mittelstädten abseits der Ballungsräume die Fabriken (Bochum, Gummersbach) längst geschlossen. Die Kaufkraft sinkt und die Abwanderung in die Großstädte beginnt. Dass der digitale Kapitalismus diese Entwicklung aufhalten kann, ist nach dem Arbeitsforscher Philipp Staab eine frag-



**Buchhandlung am Markt, Detmold:** *Die Verwohnzimmerung der Buchhandlung*

würdige Hoffnung. Und da es also nicht der Einkauf selbst mehr ist, der in die Stadt lockt, hat man mittels zahlreicher baulicher Maßnahmen versucht, die Aufenthaltsqualität zu steigern.

Diesem auf kommode Einkaufsmöglichkeiten beschränkten Denken von Stadt hält der Stadtsoziologe Walter Siebel entgegen, dass die Innenstädte als „Orte der Kultur, der politischen Auseinandersetzung, der Überraschung, der Begegnung mit Fremdheit“ verstanden werden müssen. Darin kann man auch eine Warnung vor gated communities sehen, in denen sehr gleichartige Nachbarschaften entstehen, womit sich dann Stadtteile gegenüberstehen, die einerseits an begehbbare Seniorenheime mit Buchhandlung und andererseits an offenen Vollzug ohne Buchhandlung erinnern. Bei aller Sehnsucht nach gleich Gesinnten und Normalität, zu der gewiss Buchhandlungen und ihre Kunden zählen, die Stadt braucht etwas anderes und gewiss keine weiteren Einkaufsmalls.

Die ersten Einkaufsmalls wurden von Victor Gruen paradoxerweise nach dem Vorbild der deutschen Mittelstadt konzipiert, allerdings mit der von Gruen nicht

beabsichtigten Folge, dass man die Malls abzüglich genau der Freizügigkeit eines öffentlichen Raums errichtete, die Siebel für unabdingbar hält. Gruen hat die deutsche Stadt nach Amerika exportiert und dann kehrte sie in den 1970er Jahren als Reimport in eine Einkaufsmall verwandelt nach Deutschland zurück.

In der Vergangenheit standen für neue Malls die Mietverträge mit Buchhandlungen und Apotheken immer an erster Stelle, weil sie das Niveau hoben. Die Ausrichtung des Einkaufszentrums zur Innenstadt ist neu, in den meisten Fällen sind sie aber noch eine Gegenstadt, Kaufkraft in Käfighaltung gewissermaßen. Inzwischen haben die Banken bei Kreditverhandlungen im Branchenranking a bis e den Handel mit Büchern auf Rang d gesetzt, was viele Buchhandlungen schwer belastet.

Wenngleich die Bedeutung der Ökonomie immer entscheidend bleibt, Städte, die Einkaufsstraßen als bloße Reihung von Verkaufsflächen verstehen, verschärfen ihre Krise nur weiter. Denn das Leben der frühen Städte bestand ja vor allem in Handlungsfreiheit auch jenseits des Handels. „Stadtluft macht frei“, so heißt es,

weil hier die Freiheit der Bürger gesichert ist, hier können sie sich, gegenüber einem von Traditionen bestimmten Land, abseits der Gängelei durch weltliche wie kirchliche Fürsten frei entfalten.

Diese liberale Handlungsfreiheit war dann auch die Freiheit, Handel zu treiben. In Zeiten des Kampfs um multilaterale Freihandelsabkommen könnte ein Blick auf diese bürgerliche Entfaltungs- und Handlungsfreiheit hilfreich sein. Auch wird in vielen Städten mit einer neuen Handlungsfreiheit experimentiert, wenn Spielgeräte aufgestellt, Bäume gepflanzt und Bänke platziert werden. Ja selbst Skater, vormals Ärgernis bei der Zweckentfremdung städtischer Betonmöblierung, bekommen nun Platz und geeignete Pipes. Die Stadt wird unruhig, politisch vielleicht sogar unwirtlich werden, ein Ort des Mitmachens und der Auseinandersetzung.

## Die Stadt in der Buchhandlung

In der Buchhandlung kommt die Stadt, wie an nicht vielen anderen Orten der Stadt, zu sich selbst: In fast jeder Buchhandlung gibt es die Abteilung „Regionales“ oder „Heimat“. Manchmal trägt die Abteilung den Namen der Stadt. Hier sind nicht allein Bücher zur Stadt, sondern hier wird die Stadt selbst zum Thema, hier wird ihr gehuldigt, hier wird sie kritisiert. Buchhandlungen bilden also das Bewusstsein der Stadt von sich selbst.

Buchhandlungen stehen nicht irgendwo, sondern mitten in der Stadt. Ihre Fläche, die sie einnehmen, die Auslagen, die sie bestücken, der Umfang und Inhalt des Abholbachs lassen zahlreiche Rückschlüsse auf die Stadt und ihre Bewohner zu. Über dem Abholbach steht vielleicht: „Das kleine Glück möchte abgeholt werden“.

So ist es gewiss auch kein Zufall, dass im Unterschied zu allen anderen Branchen Buchhandlungen besonders häufig ihren Standort im Namen tragen. Das beginnt in einer Stadt wie Köln mit Straßen: Falder Straße und Blücherstraße. Hinter solcher Namensgebung bessere Auffindbarkeit zu vermuten, ist bloß pragmatische Rationalisierung. Vielmehr ist darin eine Nachricht verborgen, wie bei einer Sortimentsspezi-

fierung einer Christlichen Buchhandlung (Biedenkopf) oder eines Klosterladens (Trier) auch. Eine Bücherkiste Auerbach oder Braunsfelder Buchhandlung in Köln steht wie die klassische Buchhandlung am Markt (Hennef, Detmold, Gronau) nicht allein an diesem Ort. Sie ist dieser Ort. Das belegt auch die Bestürzung, die bei Facebook aufflammt, wenn eine der größten Buchhandlungen Europas wie der Stern-Verlag in Düsseldorf oder im Duisburger Stadtteil die Bücherinsel von Linda Broszeit schließt.

Die Buchhandlung ist also fester Bestandteil der Stadt und umgekehrt, die städtische Umgebung dringt tief in die Strukturen der Buchhandlungen ein. Das soziale Umfeld bildet die Interessen und Schwerpunkte des direkten Umfelds der Buchhandlung im Sortiment ab.

Sie wird mit dem Ort, den sie im Titel führt, identifiziert. Was genau heißt hier identifiziert? Es heißt, dass die Buchhandlung der Stadtteil ist. Das allerdings auch dann, wenn die Buchhandlung Eselsohr (Bitburg), Buch 2000 (Alsfeld) oder Wunderkasten (Münster) heißt.

## Die Kunden in der Buchhandlung

Das Angebot an starken, aber auch mittelmäßigen und schlechten Büchern ist enorm. Die Ursachen der zuletzt von Andreas Meyer und Arnd Roszinsky-Terjung scharf kritisierten Buchproduktion (BuchMarkt Oktober 2016) liegen auch in den gewachsenen und ausdifferenzierten Strukturen des verbreitenden Buchhandels ab der 1970er Jahre. Zur Flächenverdopplung kam 1997 die Ausweitung der Öffnungszeiten hinzu, eine Entwicklung, die einfache und selbsterklärende Produkte verlangte, da die Zahl kompetenter Mitarbeiter mit dem Flächenwachstum und den ausgeweiteten Öffnungszeiten natürlich nicht mitwuchs.

Der Appell, doch bitte mehr den Kunden im Blick zu behalten, verkennt eine prinzipielle Schwierigkeit: Der Kunde ist ja nicht allein uns, sondern auch sich selbst ein Rätsel. Allein in der Welt der Waren entscheidet er sich klar und unmissverständlich: er kauft. Es ist ein Irrglaube, dass, wenn er sich uns gegenüber mit Worten

äußert, oder wir ihn durch Marktforschungsinstitute untersuchen lassen, gleich klar wäre, was zu tun ist. Denn auch das, was der Kunde sagt, oder das, was die Forschung ermittelt, muss von Lektoren und Herstellern verstanden, interpretiert und in Bücher übersetzt werden – wie auch von Buchhändlern und Beratern, die in dieser Hinsicht keineswegs privilegiert sind. Kunden kaufen keine Marktanalysen oder Expertisen, Kunden kaufen Bücher.

Die Stadt und ihr Geschehen, soviel ist sicher, wird für die Städter zum Ereignis, zum Erlebnis – oder sie wird einfach uninteressant. Innerhalb dieser Entwicklung ist die Buchhandlung immerhin noch eine schöne Idee. Das ist sie aber nur, wenn die Kunden nicht mehr allein als Gegenüber einer Beratung und Konsument der Güter betrachtet werden. Sie wollen mitmachen und das aus Gründen:

Erstens ist heute die Arbeit in Büros und in der (digitalisierten) Produktion durch Sauberkeit, Ruhe und Konzentration gekennzeichnet, und damit der Atmosphäre einer Buchhandlung verdächtig ähnlich. Bis in die 1990er Jahre war die Buchhandlung noch die Gegenwelt der schmutzigen und lauten Arbeitswelt, ein Ort der Besinnung, Konzentration und Reflexion. Zweitens setzte die Beratung einen asymmetrischen Informationsstand voraus. Der ist zwar nicht weg, wird aber faktisch immer weniger akzeptiert. Also will man selber machen.

Die Buchhandlung ist unter Beibehaltung ihrer Kernaufgabe, Bücher zu bewerben und zu verkaufen, zugleich gezwungen, sich weiterzuentwickeln. Dieser Kern lässt auf den ersten Blick zum Mitmachen keinen besonders großen Spielraum zu. Denn Mitmachen wird mit unterkomplexem Tamtam assoziiert; der Kern der Buchhandlung ist dagegen auch, die Muße anzubieten, die es zum Verständnis der komplexen Welt



**Buchhandlungen:** Soziale Orte versus soziale Medien

braucht. Die Möglichkeit, den Kunden auch mal machen zu lassen, besteht aber im Grunde schon immer, insofern die Bücher im Lesevorgang ‚gemacht‘ werden. So verstanden, machen Kunden dauernd mit und zwar mit ihrem Kopf.

Gegenüber der Arbeit kann die Buchhandlung mit Büchern nun ein (fast) bildschirmfreier Ort sein und gegenüber digitaler Kommunikation ein Ort des Gesprächs. Die Entgrenzung der Arbeit gestaltet ja die privaten Räume zur Genüge um. Da trifft es sich gut, dass in einigen Buchhandlungen wie Bücherträume in Mülheim/Ruhr, Castroper LeseLust und der Buchhandlung am Markt in Detmold eine Ladengestaltung sich andeutet, die man vielleicht als absichtsvolle Verwohnmischung der Buchhandlung bezeichnen kann. Andere Buchhandlungen wie Korn in Wesel orientieren sich mehr an der Raumatmosphäre einer Galerie.

Statt in der Buchauswahl die Stadt allein abzubilden, muss es wieder darum gehen, sie aktiv zu gestalten. Was nur gelingt, wenn die Buchhandlung gegenüber den angeblich sozialen Medien, sich als sozialer Ort versteht. Das wird anstrengend.



**Stadt in der Krise:** Die Stimmung von Konsumfreude scheint lange vorbei

Das Klima von Wachstum und Konsum der 1970er und 1980er ist längst Vergangenheit, bleibt aber für viele Funktionsträger der Branche, die in dieser Zeit ihre berufliche Prägung erhielten, hinsichtlich der Kennziffern, der Aktivitäten und Erwartungen die entscheidende Vergleichsfolie. Was die gesellschaftlichen Strukturen damals hergaben, führen diese älteren Kollegen nur allzu gern auf sich selbst als einzige Ursache zurück. Folglich bricht nach ihrer Ansicht ohne sie alles zusammen und alle Versuche der Selbstbeschreibung der Branche werden als Wichtigtuerei abgetan. Dagegen zeigt sich die Buchhandlung aus der Perspektive der Stadt als sozialer Ort, den man entgegen der gelangweilt abwinkenden Handbewegung der Alten nicht wichtig genug nehmen kann.

Die Stadt bietet viele Orte, die sich unter dem Begriff der ‚Location‘ als Plattformen für Kreativität anbieten, denn Kultur ist das vielleicht wichtigste Produkt der Stadt. Auch die Buchhandlung erzeugt kulturelle Ereignisse und Situationen. Dies gilt – das ist ein wichtiger Unterschied zu den 1970ern – nicht mehr

exklusiv für Buchhandlungen. Längst hat ein regional operierendes Kulturmanagement Literaturveranstaltungen einen festen Platz im Kalender verschafft: „Mord am Hellweg“, „Ein Buch für die Stadt“, „Stadt. Land. Buch“, „Literatur in den Häusern der Stadt“, „Krimimarathon“, „Woche unabhängiger Buchhandlungen“, „LitCologne“ und „Poetenfest Erlangen“. Literatur wird nun an Locations gelesen, aufgeführt und inszeniert, unsicher ist, ob der Ort oder die Literatur die Menschen anlockt, zu meist liegt der Erlebnisreiz genau darin, die Literatur an einem besonderen Ort der zeitweiligen Umnutzung zu erleben. Vielleicht wird hier das Bedürfnis nach Mitmachen auf die Aktivität des Hingehens erfolgreich umgepolt.

Das Schicksal solcher ‚Festivalisierung‘ der Literatur teilen Buchhandlungen mit den Städten, deren Anstrengungen, den Standort zu stärken, zu Großveranstaltungen führten, die durch schiere Größe alle Aufmerksamkeit ansaugten. Zugleich wird man den Eindruck nicht los, dass sich hier die Literaturveranstaltung von der Praxis des Lesens (um vom Buchkauf erst gar nicht zu sprechen) weitgehend abgelöst

hat, ja in gewisser Weise von der Mühe vertiefter Lektüre entlastet.

„Wir machen das“ (Proust, Essen), „Ladiesnight“ (Moewes, Kerpen) und „Einschließen und Genießen“ sollen darum nicht vergessen sein. Hier wird das beschriebene Bedürfnis der Kunden nach Selbstmachen jenseits des Konsumierens und Berieseltwerdens erfolgreich umgesetzt.

Die frühe Stadt war vor allem ein Ort, an dem man Neues erfuhr. Nun haben Zeitung, Radio, Fernsehen und Internet diese Funktion übernommen. Für den Fall einer nicht vereinfachenden Gesamtdarstellung der Gesellschaft aber bleibt die Buchhandlung das wichtigste Medium der Außenwelt der Stadt, insofern sie zeigt, was die Stadt an Gesellschaft und Staat umgibt. Eine Buchhandlung zeigt der Stadt einen Teil ihrer näheren oder fernerer Umwelt. Eine Buchhandlung zeigt die Kulturen der Welt – allen voran die Literatur. In Zeiten erhöhten Rechtfertigungsdrucks müssen für die Buchkultur die Regler hochgefahren werden: Buchhandlungen sind (wie Bibliotheken) kulturelles Gedächtnis und kultureller Erfahrungsort, sie machen gesellschaftliches Herkommen erfahrbar und geben Impulse zur gesellschaftlichen Veränderung.

Wer die Mittelstädte Deutschlands aufsucht, wird sich allerdings des Eindrucks des Einheitshandels im Einzelhandel nicht erwehren können. Die Homogenisierung des Angebots nicht allein, sondern die Abfolge der immer gleichen Geschäfte, die als Franchiseunternehmen oder Filialgeschäft geführt werden, hat eine Homogenisierung ganzer Straßenzüge zur Folge. Vor allem die Stippvisite in der entfernteren Stadt erzeugt einen leichten Taumel, man weiß, dass man in einer fremden Stadt ist und zugleich sieht es aus – bei der Systemeinrichtung der Läden kein Zufall – wie in der Einkaufsstraße zu Hause. Alle diese Läden erweisen sich als von ihrem Stadtumfeld abgetrennte Einheiten, die genauso woanders stehen könnten und es auch tun.

Gegenüber allen anderen Einzelhandelsgeschäften und auch bei strengster Auswahl ist die Buchhandlung in der Stadt einer der letzten Orte exzessiver Produktvielfalt und als inhabergeführte Buchhandlung gestaltet sie die Umgebung der Buchhandlung mit.



**Buchhandlung Goldsteinstraße, Köln: Provokative Schaufenster**

## Buchhandlungen sind soziale Orte

Schon immer wurden in Städten Bänke aufgestellt und was sie anzeigen, ist nicht allein, dass man hier bequem Platz nehmen kann. Eine Bank zeigt vielmehr an, dass es von hier aus etwas zu sehen gibt. Denn die Städter sind zugleich Zuschauer wie Darsteller in ihrer Stadt. Bänke, die zum Schauen und Ansehen einladen, erhöhen das Ansehen der Stadt.

Orte solchen Sehens und Betrachtens waren einmal die Schaufenster der Stadt, die vormals zum Schaufensterbummel einluden. Als soziale Praxis nach Ladenschluss scheint das Flanieren in der Innenstadt der Vergangenheit anzugehören. Und doch könnte es eine Renaissance des Schaufensters geben, wenn Mut und Witz dabei sind.

Schon die kontrastreiche Auslage von Büchern, wie sie bei Böttger in Bonn zu finden ist, findet Aufmerksamkeit. Die Schaufenster der Buchhandlungen sind ausgezeichnete Orte für Ironie und Verfremdung im Umgang mit Büchern.

Das „provokative Schaufenster“ ist eine Bezeichnung, die von Jens Bartsch von der Buchhandlung Goldsteinstraße in Köln stammt, bei dem das Schaufenster für die Kunden zum Anlass wird, hereinzukommen, es zu kommentieren und ins Gespräch zu kommen.

In einer Ausstellung zum grassierenden Leerstand in Herten titelten die Aussteller: „Amazon ist keine Stadt.“ Womit sich die Frage auftut, was eine Stadt eigentlich ist? Gegenüber der Wurschtigkeit des Standorts eines Internetauftritts muss die Unvergleichlichkeit eines Ortes wie einer Stadt und Buchhandlung wieder als Vorteil gesehen werden. Die viel beschworene Vernetzung ist als digitale allerdings ein Missverständnis, wenn sie nicht reale Vernetzung ist. Buchhandlungen sind also, wie die Städte, erst als reale Orte auch soziale Orte. Auch der Gesetzgeber reagiert schon. Im von Barbara Hendricks vorbereiteten „Gesetz zur Stärkung des neuen Zusammenlebens in der Stadt“ sollen Nutzungsänderungen zu Wohnzwecken erleichtert und das „Urbane Gebiet“ als neue Baugebietskategorie, in dem Gewerbe und Woh-

nen gleichermaßen möglich ist, definiert werden.

Die fortschreitende Globalisierung verlangt geradezu die stärkere Bindung der Menschen an ihre lokalen Milieus, was man als Standortparadox beschrieben hat. Man könnte in Abwandlung dieser von Michael Porter stammenden Formulierung vom Präsenzparadox sprechen. Gerade durch die sogenannte Internetpräsenz, die ja im Kern so wenig Präsenz hat wie soziale Netzwerke Soziales, wird die nur in der Stadt und in der Buchhandlung erlebbare körperliche Präsenz Bedeutung gewinnen.

„Was wir aber vor allem sehen“, schreibt Judith Butler in ihrem letzten Buch, „wenn Körper auf Straßen, Plätzen oder an anderen öffentlichen Orten zusammenkommen, ist die – wenn man so will – performative Ausübung des Rechts zu erscheinen, eine körperliche Forderung nach besseren Lebensbedingungen.“ Letzteres weiß auch das Management des Einkaufszentrums, das darum auf Grundlage des Hausrechts den Erwerb durch Bettelei verbietet.

Die Zumutung an die Stadt ist dieses Öffentlichwerden der Abweichung, in der sich präsentiert, was man lieber nicht sehen möchte, was fremd ist und als nicht hierher gehörig gilt. Stellen wir uns zukünftig genau darauf ein, denn das ist die Stadt und in gewisser Weise ein Ergebnis der Stadt.

Buchhandlungen sind durch Konstanz und Dauer Orte, die altern und sich abnutzen, aber gerade dadurch eine Geschichte haben. Buchhandlungen sind zugleich in der Lage, als Erlebnisorte Erinnerungen an sich zu binden. Wenn wir dorthin gehen, gehen wir nicht einfach denselben Weg, sondern zugleich alle zuvor gemachten Gänge mit. Damit allererst werden sie zu einem Ort der Identifikation und des déjà-vu, wenn wir hingehen, sind wir irgendwie immer schon da.

Buchhandlungen ermöglichen, wie andere Orte der Stadt auch, physische Nähe bei gegenseitiger Nichtbeachtung. In der Stadt gehen wir, wie es oft heißt ‚unter Leute‘. Wir treffen Freunde, sind aber unter Menschen.

In Jane Austens Roman *Überredung* ist einmal von einer „Ansammlung von Leuten“ die Rede, „die sich nie gesehen hatten, und Leuten, die sich zu oft sahen – eine alltägliche Angelegenheit, zu zahlreich für Vertraulichkeit“. Was in der Welt der Jane

Austen noch als ‚eine Gesellschaft geben‘ privat organisiert wird, ist an den Orten der Stadt nun auf Dauer gestellt, im Kino, im Theater, im Stadion, bei einer Lesung. Nur in der Stadt kommen wir so absichtslos und unverbindlich ins Gespräch.

Warum sind aber Erlebnisse in der Gemeinschaft so attraktiv? Weil wir im Zusammenleben und im gemeinsamen Erleben weit intensiver erleben als allein. Wir werden von mehr erfasst als der Wahrnehmung des Gegenstands vor uns, sondern zugleich vom Lachen, Schreien, Erschrecken und Freuen der uns Umgebenden. Es zeigt sich, dass das Life-Erlebnis der Stadien in das Gemeinschaftserlebnis des Public Viewing übertragen werden konnte und nur eingeschränkt ins heimische Wohnzimmer. Der pragmatisch richtig beschriebene Sachverhalt, dass man in Buchhandlungen Geld gegen Bücher tauscht, verdeckt, dass das Gespräch in der Buchhandlung ein Gefühlsverstärker ist. Das Buch liest sich anders, vorher und nachher.

In den Möbeln der Buchhandlung sitzen wir nebeneinander, an der Kasse stellen wir uns in die Schlange, vor dem Regal stehen wir nebeneinander. Ein zwiespältiges Zugleich von Nähe und Distanz, das die Spannung der Buchhandlung ausmacht.

Wir gehen hin, um hinein zu geraten. Wir machen unsere Besorgungen, habe Ziele und vor, etwas Bestimmtes zu erledigen, dies ist die pragmatische Seite unserer Stadtbesuche. Aber wir machen uns auch mit der Spannung auf den Weg, nicht ganz genau zu wissen, was auf uns zukommt, was wir entdecken, was wir kennen lernen.

Buchhandlungen sind Einkaufsorte, Abholstationen, Kulturgut – sie sind gewiss all das, aber sie sind vor allem soziale Orte und genau darin, wie die Stadt insgesamt, nicht zu ersetzen.

## Die Verantwortung der Bürger

Die Kultur (und ihre Institutionen wie u.a. Buchhandlungen) ist nach der Vorstellung des 18. Jahrhunderts eine Erziehungsanstalt (Schiller), nach der des 19. Jahrhunderts ein Ort abendlicher Erholung von der Barbarei des Tages (Balzac) oder, wie dann ab der Mitte des 20.



Ausstellung in Herten: *Amazon ist keine Stadt*

Jahrhundert, eine kritische Gegenöffentlichkeit (Böll).

Gewiss, Buchhandlungen sind eine Institution der bürgerlichen Stadt. Aber sie waren nie eine bloße Addition der Bücher, so wie die Stadt keine Addition der Läden ist. Die Buchhandlung ist neben dem Theater eine der wichtigen selbstreflexiven Instanzen der Stadt und der Bürgerinnen und Bürger.

Trotz des allzu sorglos und häufig abfällig verwendeten Begriffs bildungsbürgerlich sollte gesehen werden, dass Bildung seit dem 19. Jahrhundert ein vor allem linkes Projekt ist. So verwundert es gar nicht, dass viele der zahlreichen Neugründungen der 1970er Jahre aus dem linken und alternativen Milieu stammen. Dies gilt für Georg Büchner (Darmstadt), Karl Marx (Frankfurt), Roter Stern (Marburg) und den Anderen Buchladen (Köln, Krefeld), aber auch für Kafka & Co. (Detmold), Proust (Essen), Shakespeare und so (Mainz) und die Rote Zora (Merzig).

„Wir sind alle noch da!“ sagte Albert Lange von Kafka & Co. bei der Verleihung des Buchhandelspreises. Buchhandlungen dieser Art halten dem digitalen Postmateri-

alismus, der die soziale Moderne auch des Buchhandels aushebelt, das gut geschriebene und gut gemachte und gut verkäufliche Buch entgegen. Hier gehen Bildungsstand als selbstreflexives Wissen und Mittelstand als selbstbewusstes Können eine Allianz ein, die schon lange besteht und nahtlos zum Besitzstand als Bibliothek führt.

Was fügt die Buchhandlung heute der Stadt hinzu, was fehlt der Stadt, wenn es keine Buchhandlung gibt? Hier noch weitere Argumente, die die Verantwortung der Bürger für ihre Stadt zugleich mitbeschreiben:

Die Buchhandlung heute ist der Profilierungsort für die Stadt und ihre Bürger. Und sie ist ein Ort der Sozialdisziplinierung, der durch Anordnung, Gehwege und Kommunikationsweisen ein bestimmtes Sozialverhalten fördert und, bei Nichtbeachtung, einfordert.

Stadtprofile, vor allem solche, die sich als Geschichte funktionaler Differenzierung ungleicher Städte als Verwaltungsstadt versus Arbeiterstadt (Soest und Lippstadt), Kirchensprengel versus Fürstenstadt (Rheda und Wiedenbrück), französisch versus deutsch geprägte Stadt (Saarlouis und



Saarbrücken) mögen längst nivelliert sein, trotzdem bieten sie interessante Anschlusspunkte für Buchhandlungen.

Eine Buchhandlung in der Stadt ist für die Stadt ein Teil der Kultur- und Kreativwirtschaft, die in den letzten Jahren stets an Bedeutung gewann. Kultur hat heute mehr als jemals zuvor eine weithin akzeptierte ökonomische Bedeutung. So ist eine Buchhandlung in der Stadt auch ein Teil des Stadttourismus.

Eine Buchhandlung in der Stadt dient der Verbesserung der Kreativität der Stadtbewohner, sie ist eine Fortsetzung der Ausbildung mit anderen Mitteln. Schon jetzt ist im Grunde jeder dritte Beschäftigte in wissensintensiven Wirtschaftszweigen tätig.

All dies aber begründet das Geschäftsmodell Buchhandlung nicht zwingend, die Buchhandlung in der Stadt bleibt was sie schon immer war: eine schöne Idee. Denn die Buchhandlung ist ein reizvoller ästhetischer Widerspruch: Die Bücher sind Medien des Alleinseins, Buchhandlungen sind Medien des Zusammenkommens.

Und was ist die Idee der Buchhandlung? Dass Wissen (und Liebe) eine Ressource ist, die sich durch öffentlichen Gebrauch vermehrt. Im Unterschied dazu ist das Geld immer weg. Wissen aber vermehrt sich, das Vergnügen an guten Büchern auch und zwar in der Form körperlicher Anwesenheit, gesellschaftlicher Zusammenkunft und ergebnisoffener Begegnung.

Bildung, Bücher und Buchhandlungen sind mehr als ökonomische Ressourcen. Bildung ist personengebunden, wie das Buch objektgebunden und die Buchhandlung ortsgebunden ist. Das ist eine Einschränkung, die die Branche als ihren einen entscheidenden Vorteil sehen und verteidigen kann.

Die Anstrengung um die Buchhandlung gleicht der um das Buch, beides ist nicht allein um einen bestimmten Ladenpreis, sondern auch nur um den Preis von Ausdauer und Geduld zu haben.

Michael Schikowski  
ist für Buchhandlungen und Verlage tätig.  
schikowski@immerschoensachlich.de

(Fotos: Michael Schikowski)

## Literaturhinweise:



Wolfgang Hommel,  
*Jülich handelt. Chronik des Einzelhandels seit 1898*  
(Verlag Jos. Fischer, 2014)



Walter Siebel,  
*Die Kultur der Stadt*  
(Suhrkamp, 2016)



Philipp Staab,  
*Falsche Versprechen. Wachstum im digitalen Kapitalismus*  
(Hamburger Edition, 2016)

Landesinitiative StadtBauKultur NRW 2020  
(Hrsg.), *Gute Geschäfte. Was kommt nach dem Einzelhandel?*

Das Begleitheft zur Ausstellung zum  
Download auf [www.stadtbaukultur-nrw.de](http://www.stadtbaukultur-nrw.de)

**Mia**  
unsere  
liebenswert-chaotische  
Bestseller-Heldin

\* Bestseller-Autorin  
Susanne Fölscher  
\* über 250.000  
verkaufte Exemplare  
der Reihe!

**BAND 10**  
erscheint im  
April 2017

ISBN 978-3-551-65060-3 € (D) 9,99 | € (A) 10,30

**CARLSEN**  
[www.carlsen.de](http://www.carlsen.de)

**Der Jubiläums-Preishammer:**  
Band 1 für nur € (D) 3,99  
Aktionspreis gültig bis zum 30.9.2017,  
danach € (D) 9,99 | € (A) 10,30

Susanne Fölscher  
**Mia** und der  
gi-ga-geniale  
Hochzeitsplan

Mia und der  
Kochbuchstapel

Mia und die mega-giganten  
Klassenfahrten

Mia und das  
Schulbuschaos

Mia und der  
Größtstadtschmerz

Mia und das  
Liebes-Kochbuch

Mia und die  
Trollbäume der Stadt

Mia und das  
Märchen-  
Kochbuch

Mia legt los!