Wir möchten Sie bitten, Ihren örtlichen Buchhandel zu nutzen – weil es sich für Sie lohnt, weil es für die weitere Entwicklung unserer Innenstädte und Gemeinden wichtig ist, dort lebens- und leistungsfähige Buchhandlungen zu erhalten, und weil die Stärkung des stationären Buchhandels volkswirtschaftlich sinnvoll ist. Wenn Sie unsere Aktion befürworten, dann leiten Sie diesen Beitrag bitte an Ihre Freunde/innen und Bekannten weiter. Unsere Aktion geht zurück auf die Erfahrungen mit Amazon und vor allem auf die Anregung einer Buchhändlerin. Sie hat uns einen gut recherchierten Text geschickt, den wir hiermit als Basis unserer Aktion an Sie weitergeben. Ihr Text endet so: „Der selbstbestimmte Mensch beugt sich nicht dem Lauf der Zeit, er bestimmt sie. Und sei es nur, indem er sich zweimal überlegt, wo er sein Geld hin tragen möchte." Albrecht Müller

Hier noch zwei Links zu den jüngsten Beiträgen zum Thema auf den NachDenkSeiten: hier und hier.

Und nun der Text der Buchhändlerin. Sie ist uns namentlich bekannt:

Warum es lohnt, den stationären Buchhandel zu unterstützen

Als ich letzte Woche den Artikel von Roland Reuß in der FAZ gelesen hatte und noch am gleichen Abend die Dokumentation von Diana Löbl und Peter Onneken über die Arbeitsbedingungen von Amazon sah, die nicht nur in Deutschland so sind, dachte ich zunächst, es interessiert ja keinen.
„Der Westen" berichtete seit 2011 regelmäßig über die Arbeitsbedingungen in Rheinsberg. Die Geschichte mit den kostenlosen Leiharbeitern schaffte es auch in den Spiegel. Passiert ist nicht viel.
Wenn ich jetzt die Kommentare im Netz zur Diskussion lese, kann ich einen gewissen Meinungswandel feststellen.

Ich möchte die Gelegenheit nutzen, ein paar Argumente für den unabhängigen Buchhandel zu liefern.
Es geht mir nicht darum, Amazon per se zu verteufeln. Wenn jemand Erfolg hat, dann gönne ich ihm diesen auch. Faire Konkurrenz belebt das Geschäft. Dieses Motto gilt sowohl Online als auch Offline.

Amazon verschafft sich jedoch Wettbewerbsvorteile mit unfairen Mitteln.

Alle kleinen und mittleren Unternehmen müssen (Ertrags- und Umsatz-) Steuern zahlen, Amazon tut das nicht oder nur im geringen Maße. Dies ging schon mehrfach durch die Presse.

Amazon und auch manche Buchhandelskette erhalten von den Verlagen weit höhere Rabatte als der unabhängige Buchhandel. Dies wusste zwar jeder in der Branche, aber dank Herrn Schroer und Herrn Thiele ist dies nun auch bestätigt. Ich bezweifle jedoch, dass weitere Verlage deren Beispiel folgen werden. Ich möchte kurz anmerken, dass es laut Buchpreisbindungsgesetz §6 (3) [PDF – 40 KB] eigentlich verboten ist, dem Letztverkäufer größere Rabatte einzuräumen als den Barsortimentern (KNV, Libri, Umbreit). Diese erhalten in der Regel 50%.

Die wichtigsten Argumente zugunsten des Online-Shoppings sind Preis und Angebotsvielfalt, Zeit und die Selbstbestimmung.

Preis

Eines der häufigsten Argumente für Amazon ist die portofreie Lieferung. Das machen mittlerweile viele Buchhandlungen auch. Amazon liefert auch nur Bücher und Blu-Ray-DVDs versandkostenfrei. Für weitere Artikel gilt eine versandkostenfreie Lieferung erst ab 20 Euro Einkaufswert.
Amazon hat als Großkunde auch Sonderkonditionen bei der Deutschen Post. Großkunden bekommen Rabatte und bevorzugte Lieferungen zugesichert. Während Amazon seine Bücher meist auf den nächsten Tag verschicken kann, brauchen unsere Büchersendungen auch mal bis zu sieben Tage, bis sie beim Kunden ankommen. Übrigens sind dieses Jahr auch die Portokosten der Büchersendungen um 15 bzw. 20 Cent gestiegen.
Eine E-Mail an den Buchhändler genügt und man kann sich das Buch meist am nächsten Tag abholen. Der Buchhändler kann einen Großteil der gewünschten Titel auf den nächsten Tag bestellen und in der Regel informiert er die Kunden kurz, wenn das Buch eingetroffen ist.
Und die Bücher kosten überall das Gleiche. Ich weiß, dass auf dem Marketplace neue Bücher auch billiger angeboten werden. Aber manch einer hat vielleicht schon bemerkt, dass Bücher, die zwar regulär lieferbar sind, von Amazon direkt aber nicht angeboten werden, extrem überteuert angeboten werden. Dies sollte manchem Kritiker der Buchpreisbindung zu denken geben. Die Preisgestaltung richtet sich nämlich nach der Verfügbarkeit. Der konkurrenzlose Anbieter bestimmt den Preis.

Angebotsvielfalt

Die nächste Unwahrheit ist, das Amazon alles auf Lager hat – die berühmte Angebotsvielfalt.
Hier wurde eine geniale Werbekampagne aufgebaut. Amazon wurde dadurch zum Maß aller Dinge.

Thalia versuchte zu Offline-Zeiten eine große Auswahl mit seinen großen offenen Filialen und der Stapelware vorzutäuschen. „Erlebniseinkauf“ hieß das Zauberwort. Andere Ketten folgten dem Beispiel. Die Buchbranche wurde stark ökonomisert. Thalia, Weltbild & Co. haben mit ihrer aggressiven Expansionspolitik den unabhängigen Buchhandel zuerst ins Wanken gebracht. Kleine Buchhandlungen mussten schließen und mittlere Traditionsbuchhandlungen wurden übernommen. Bestseller gab es nun in Stapeln, der Einkauf wurde zentral gesteuert, Kultur, Auswahl und Beratung wichen dem renditeorientierten Wachstum. Genau wie Amazon bei unrentablen Klassikern ein „Derzeit nicht verfügbar“ meldet, wurden und werden bei Thalia exotische Titel und unkooperative Verlage aus dem Sortiment entfernt und die schrumpfende Auswahl mit Frontalpräsentation und Nonbooks verschleiert. Diese Taktik blieb vom Kunden allerdings nicht unbemerkt und Thalia hat in Amazon auch deshalb seinen Meister gefunden. Amazon hatte eben eine geniale Idee.
Was Amazon nicht selbst verkaufen wollte, erledigte der „Marketplace“ für den IT-Riesen. Thalia büßte an Umsatz ein, schloss mehrere Filialen, zu dem auch manch ein vor kurzem übernommenes Traditionsunternehmen gehörte, und wurde vom Finanzinvestor Advent übernommen, der die Kette „nachhaltig“ auf Wachstumskurs bringen möchte.
Inzwischen werden im allgemein stationären Handel Titel, die sich in drei bis sechs Monaten nicht verkauft haben, remittiert. Ich kann den Frust von Herrn Reuß über die schwindende Auswahl in mancher Buchhandlung gut verstehen. Es kann nicht nur Bestseller geben, und über manch einen gut laufenden Titel haben gute Buchhandlungen interessante Werke, die vielleicht nur einmal im Jahr verkauft wurde, quer finanziert. Allerdings ist es dann nachvollziehbar, wenn die Auswahl schwindet, weil die Kunden nur noch online kaufen.
Jede kleine Buchhandlung kann alles bestellen, was lieferbar ist. Bücher, DVDs, Globen, Noten. Auch Titel, die bei Amazon nicht gelistet sind. Ein guter Buchhändler bestellt auch mal direkt beim Autor. Und auch wenn der Titel vergriffen ist – die meisten Buchhändler haben das Motto „Gibt’s nicht, gibt’s nicht!“ und besorgen den gewünschten Titel antiquarisch. Und dies oft, wenn nicht immer, zu günstigeren Preisen als bei Amazon.

Zeit

Hier komme ich nun zum Faktor Zeit.
Ein guter Buchhändler steht und fällt mit der Kunst der Recherche. Er weiß, welche Datenbanken fehlerhaft sind, wo und wie er suchen muß. Das ist wesentlicher Bestandteil seiner Ausbildung. Ja, man kann sich heutzutage selbst den ganzen Abend damit verbringen, sich durch die große Angebotsvielfalt durch zu klicken. Man kann aber auch eine kurze E-Mail mit seinen Wünschen an seinen Buchhändler schicken oder ihn kurz

anrufen. Meist erhält man am nächsten Tag eine relevante Auswahl an Titelvorschlägen.
Ein beliebtes Mittel zur effektiven Kostenersparnis, die sich viele Betriebsberater ausgedacht haben, ist die Abwälzung von Serviceleistungen an den Kunden. Hier werden Arbeitsplätze eingespart, indem der „selbstbestimmte" Kunde in seiner Freizeit diese Arbeit übernimmt. Immerhin sind die Online-Shops 24 Stunden am Tag für Sie geöffnet.

„Selbstbestimmung"

Ein weiterer „Service" von Amazon, der gelobt wird, besteht aus den berühmten Kundenrezensionen und den Algorithmen.
Diese Funktionen führen zur Annahme seitens des Kunden, dass er selbst bestimmen könne, was er kauft. „Ich weiss, was ich will!"
Mittlerweile wissen wir, dass viele Rezensionen auf Amazon gefälscht sind, sei es von den Konkurrenten, den Verlagsmitarbeitern oder den Autoren selbst. Es gibt auch echte und gute Rezensionen, ohne Zweifel.
Aber guter Service setzt auch Kommunikation voraus. Der Buchhändler hört zu, hakt nach und gibt individuelle Buchvorschläge jenseits der umsatzorientierten Algorithmen. Es ist auch schon mal vorgekommen, dass ich einer Kundin, nach längerem Gespräch, das vielfach empfohlene Buch über Zeitmanagement abgeraten habe und ihr Erich Fromms „Haben und Sein" zum Reinlesen in die Hand gedrückt habe. Das war dann auch ganz genau das, was sie gesucht hatte und sie war mir auch sehr dankbar für den Tipp. Die Algorithmen fragen nicht, warum man auf einen bestimmten Titel aufmerksam wurde, oder wofür man ein gewisses Buch brauche. Sie orientieren sich nach Verkaufszahlen und Schlüsselwörtern, schlagen immer noch mehr Titel vor (Kunden, die dieses Produkt kauften, kauften auch…) und wollen nur eins: Verkaufen!
Ja, auch wir Buchhändler müssen und wollen auch verkaufen. Aber wir haben kein Problem damit, von etwas abzuraten und wirkliche Alternativen, jenseits von Schlüsselwörtern, zu bieten. Jedes Buch findet einen glücklichen Leser, und nur weil ich mal ein Buch gekauft und gelesen habe, heißt das nicht, dass ich es gut fand. Dies sagen uns die Algorithmen und manche Rezensionen nun mal nicht. Selbstbestimmung heißt auch kommunizieren. Und wenn ein Leser einen guten Buchhändler hat, weiß dieser nach einiger Zeit, welches Buch man interessant findet und welchen Verkaufsschlager man bei ihm getrost im Regal stehen lassen darf.

Aufbruch in die Moderne? Oder eher nicht

Der nächste große Erfolg von Amazon ist das Geschäft mit den E-Books.
Ein medialer Hype und eine PR-Aktion ohne Gleichen ist das. Wachstumszahlen wurden uns seit fünf Jahren um die Ohren gehauen. Tausende Bücher auf nur einem Gerät, immer und

sofort verfügbar! Ikea reagiert darauf mit neuen Billy-Regalen und was ist? 2% Marktanteil in Deutschland! Die Franzosen haben noch schlechter abgeschnitten.

E-Books werden ihren Platz einnehmen, davon bin ich überzeugt. Genau wie Hörbücher. Das gedruckte Buch an sich wird aber nicht aussterben. Zu dieser Frage tobt in unserer Branche schon fast ein Glaubenskrieg. Aber das Geschäft gehört allein Amazon, darüber sollten sich Verlage und der Selfpublisher, die Amazon unterstützen, im Klaren sein. Der Kampf um die Vormachtstellung wird nicht gegen den kleinen Buchhändler, sondern gegen große Ketten und vor allen Dingen gegen die anderen IT-Giganten ausgefochten. Wer immer den Kampf gewinnt, bestimmt.
Und auch manche Bibliothek sollte sich darüber im Klaren sein. Herr Reuß hat uns nochmal ins Gedächtnis gerufen, dass die öffentlichen und wissenschaftlichen Bibliotheken ihre Kataloge mit Cover-Abbildungen als „Mehrwert“ anreichern. Diese beziehen sie von Amazon und sind mit einem Link auf eben jene Seite ausgestattet. Da für die Nutzung der Kataloge Cookies erlaubt werden müssen und nicht jeder seinen Browser mit Self-Destructing-Cookies oder ähnlichem ausgestattet hat, wird hier auch die Suchhistorie an Amazon weitergeleitet. Amazon ist gerade sehr bemüht um die Studenten und testet in Deutschland im Moment sein neues Konzept der E-Book-Ausleihe, natürlich im Kindle-Format. Klar kann man die konvertieren, aber Bequemlichkeit, Desinteresse oder schlichte Ahnungslosigkeit führen mal wieder zur Aufgabe der Selbstbestimmung und man bindet sich wieder an diese Datenkrake.
Amazon will nicht nur größter „Buchhändler“ werden. Seine Ambitionen als Verlag und Bibliothek sind erkennbar. Alles aus einer Hand! Das ist das Motto. Für viele ist Amazon heute schon ein Synonym für „Online kaufen“. Mit den gewaltigen Umsätzen, die Amazon für Investitionen nutzt, könnte in naher Zukunft so manch eine Bibliothek oder Verlag überflüssig werden. Es ist wichtig zu begreifen, dass es hier nicht nur um den Handel geht!
Viele kleine Buchhandlungen bieten E-Books verschiedener Formate in ihren Online-Shops an, manch andere nicht. Kann ich auch verstehen, denn die Marge ist erbärmlich.
Vielleicht überlegen sich die Verlage ja bald, ihre Bücher inklusive E-Book endlich im Paket anzubieten. Denn viele E-Book-Liebhaber wollen auf ihre Büchertapete nicht verzichten. Der Verlag Kein & Aber hat es vorgemacht. Lösungsansätze gibt es viele. Dies ist jedoch eine Entscheidung der einzelnen Verlage, nicht der Buchhandlungen.

Leider gibt es auch in unserer Branche mittlerweile manch unfähige Manager, schwurbelnde Marketingexperten und andere Heißluftkünstler in wichtigen Positionen. Die haben dem Buchhändler kräftig zugesetzt und mit Prognosen, Effektivitätsmaßnahmen und windigen Phrasen Unsicherheit und Ängste geschürt. Die Folge ist leider die Entsolidarisierung. Besser schlechte Arbeitsbedingungen als keine Arbeit. Diese

Ökonomisierung in allen Lebensbereichen ist nichts Neues und in anderen Branchen, in den Universitäten, überhaupt in unserer Gesellschaft auf dem Weg, der Normalzustand zu werden. Angst, Zermürbung und Resignation sind die Folge.

Die Folgen des zunehmenden E-Commerce für die Infrastruktur in den Städten können wir mit jeder Ladenschließung beobachten. Dies gilt nicht nur für Buchhandlungen – Zalando & Co.werden schon dafür sorgen, dass die ein oder andere Textilkette ihr Filialnetz verkleinern wird.
Es ist mir ein persönliches Anliegen, auch auf die prekären Zustände in den Logistikunternehmen in Folge des zunehmenden Online-Handels hinzuweisen. Windeln, Schuhe, Waschmittel, Balea-Artikel, Bücher & DVDs – Amazon bietet ein Rundum-Sorglos-Paket. Ich habe täglich mit den Paketboten zu tun und kann die Arbeitsbedingungen, die Günter Wallraff uns gezeigt hat, bestätigen.
Die Folgen für die Ökologie kann sich jeder selbst ausdenken. Wenn der Kunde sich seine Alverde-Produkte von Amazon zusenden lässt, wird der ökologische Gedanke, der dahinter stehen mag, ad absurdum geführt.

Ich bin kein Kulturpessimist, es ist eine rein logische Schlussfolgerung, wenn ich behaupte, dass Service, Angebotsvielfalt und Selbstbestimmung mit zunehmender Marktkonzentration verloren gehen.
Doch das Schlimmste ist, dass uns auch großes Wissen verloren gehen wird. Fachwissen. Wissen kann zu Kritik führen und dies ist in einer „marktkonformen Demokratie“ eher hinderlich. Kritischer Geist entlarvt so manche Wahrheiten als bloßes Marketing.

Man kann sagen, dass dies die Aufgabe der Politik sei, die die Rahmenbedingungen setzen muss und dass der Einzelne als Verbraucher damit nichts zu tun habe. Natürlich müssen sich das Arbeitsministerium, das Kartellamt, das Finanzamt und auch das Wirtschaftsministerium Firmen wie Amazon genauer ansehen. Doch es wird wieder nur ein Einzelfall sein, der „lückenlos aufgeklärt“ wird. Es bestehe kein Bedarf, den Arbeitnehmerschutz, der eben nicht nur die Leiharbeit betrifft, nachzubessern. Das wurde uns am 20.2.2013 in der Bundestagsdebatte wieder mal suggeriert. Mittlerweile dürfte jedem klar sein, dass diese Einzelfälle keineswegs „einzeln“ sind.

Am 20.2. kam die Meldung, dass es 30% weniger Buchhandels-Auszubildende gibt als je zuvor. Einer der Hauptgründe sei der „demografische Wandel“. Amazon bildet nicht aus, und letztes Jahr gab es wieder viele Schließungen. Das wird wohl eher der Grund sein. Die mangelnde Unterstützung unseres Branchenverbands tut sein Übriges, den Buchhändler als „uncooles“ Relikt aus alten Tagen darzustellen. Fachkräfte sind zudem teuer und die Berufschancen sind nicht unbedingt aussichtsreich. Es liegt an uns allen, ob sich dieses

Image wieder ändern wird.

Ich persönlich habe mir vorgenommen als „freilaufende Buchhändlerin“ in Rente zugehen (vorausgesetzt, es gibt dann noch eine Rente!). Ich hatte dankenswerter Weise einen exzellenten Ausbildungsbetrieb. Nachdem ich in einer Kette gearbeitet habe, bin ich nun in einer jungen, unabhängigen Buchhandlung gelandet. Ich verdiene 11,39 Euro die Stunde, zwei Euro mehr als zuvor (ich war im oberen Lohnsegment) und meine Chefs, wie auch unsere Kunden, wissen mein Fachwissen zu schätzen. Ich hatte Glück. Ich gehe wieder gerne zur Arbeit. Einige Kunden fragen mich mittlerweile nach den sozialen Standards und ich kann ihnen fest in die Augen sehen und ohne zu lügen versichern, dass diese, gemessen an der Lage des Buchhandels, hervorragend sind. Ich will hier nicht meinen Namen oder den meiner Buchhandlung nennen, da es solche Läden auch bei Euch um die Ecke, in manch einer Seitenstraße, zu finden gibt. Die Suche lohnt! Das Urteil, ob wir altmodisch und inkompetent sind, kann man erst fällen, wenn man uns besucht und mit uns redet. Sicher wird man auch auf manch eine unwissende Aushilfe stoßen. Aber das wird sich ändern, wenn es wieder eine Perspektive in unserer Branche gibt und der Leser dem Inhaber kommuniziert, dass ihm Fachwissen und Engagement wichtiger ist als ein Online-Shop.

Der selbstbestimmte Mensch beugt sich nicht dem Lauf der Zeit, er bestimmt sie. Und sei es nur, indem er sich zweimal überlegt, wo er sein Geld hin tragen möchte.

Nachtrag AM zur volkswirtschaftlichen Betrachtung und Bewertung von stationärem Buchhandel einerseits und einem Versandhandel wie von Amazon andererseits:

Beim Versandhandel werden eine Reihe von Kosten „externalisiert“, d.h. auf die Volkswirtschaft insgesamt verlagert. Zum Beispiel wird die Auslieferung oft von Menschen besorgt, deren Kosten sozialer Sicherung nicht geleistet oder wie die Krankenversicherung über Angehörige abgewickelt wird. – Die ökologischen Kosten des dichten Netzes von Logistik -Unternehmen, die mit ihren Lieferwagen und LKWs nacheinander die Straßen unserer Städte und Gemeinden zur Auslieferung von Päckchen und Paketen befahren, fallen bei uns allen an. Jedenfalls werden sie nur in kleinen Teilen von den Unternehmen selbst getragen, also internalisiert, wie man in der Sprache der Volkswirtschaft sagt.