

»Pro Lesung zahlen wir drauf, aber sie machen Freude«

In Deutschland klagen die Buchhändler, dass weniger Bücher gekauft und gelesen werden. Merken Sie das auch?

Nicht unbedingt, dass weniger Bücher gekauft werden. Wir haben zwar einen Umsatzverlust, aber der hängt mit dem Kurssturz des Euro gegenüber dem Franken 2015 zusammen. Dadurch sind die Bücher in der Schweiz um 20% günstiger geworden. Dann hat man natürlich 20% weniger in der Kasse, ohne dass man selbst etwas falsch gemacht hat. Das spürt man schon und es ist auch seitdem auf dem Niveau geblieben. Das ist nicht nur hier in dieser Buchhandlung so, sondern in der gesamten Schweiz.

Hat die Politik den Handel anschließend besonders unterstützt?

Nein. Das ist der große Unterschied zwischen Verlagen und Buchhandlungen. Die Schweizer Verlage bekommen vom Bund Zuschüsse. Das bewegt sich nicht in Wahnsinnsgrößen, aber sie bekommen je nach Größe des Verlags Zehntausende Franken an Zuschüssen. Das ist bei Buchhandlungen nicht so. Doch was nützt es, wenn wir so viele tolle Bücher bekommen, aber es keine Verkaufsstellen mehr gibt? Darum sollte der Schweizer Buchhändler- und Verleger-Verband vor allem Lobbyarbeit machen, dass auch die Buchhandlungen Geld erhalten. Auch wenn es dann eine Krux ist, wer das Geld bekommen würde. Diese Diskussion würde zwar schwierig werden, aber ich sehe es in der Zukunft so, dass auch die Buchhandlungen subventioniert werden sollten. In Zürich sind in den vergangenen 25 Jahren rund 30 Buchhandlungen geschlossen, aber nur 5 neue eröffnet worden.

Sie wurden 2013 als Buchhandlung des Jahres u.a. „für die umsichtige und interessante Sortimentsgestaltung“ ausgezeichnet und haben damit einmalig eine Subvention von 5000 Franken erhalten.

Wir machen sehr viele Lesungen, aber die kosten auch enorm viel Geld. Dann sind 5000 Franken schnell weg. Pro Lesung legen wir wahrscheinlich etwa 400 Fran-

ken drauf. Aber sie sind Werbung und Prestige. Und sie machen uns Freude.

Haben Sie den Preis auch für die Werbung genutzt?

Außer mit einem Schild an der Eingangstür nicht offensiv. 2 Tage vor der Preisverleihung hatte ich mit einem Redakteur des „Tagesanzeigers“ zu tun und ihn darauf hingewiesen, dass wir vielleicht Buchhandlung des Jahres werden. Ich sollte ihm Bescheid geben, falls es wirklich eintritt. Dann kam eine ganze Seite über uns; das ist natürlich toll. Auch die zwei Stadtteilzeitungen haben darüber geschrieben. Man muss die zuständigen Leute natürlich kennen und sie informieren.

Haben Sie dadurch auch neue Kunden gewonnen?

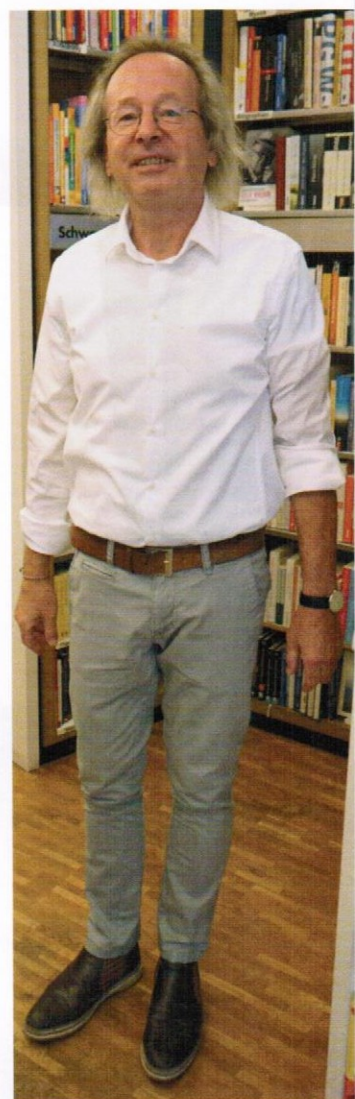
Anfänglich schon. Es gab viele neue Leute, die kamen, sich umsahen und ankündigten, Stammkunden zu werden. Das verpufft dann aber auch wieder. Ich denke, etwa zehn sind hängengeblieben.

Was bieten Sie den Kunden?

Sicher die Hälfte unserer Kunden wünscht Beratung. Dann ist es auch gut, wenn man die Leute kennt und sagen kann: „Das neue Buch von soundso ist erschienen, das letzte hat dir doch gefallen.“ Wir haben eine Stadtteilbuchhandlung, hier sind Stadtteilbewohner. Wir kennen uns und wissen, was sie schätzen. Das deckt sich meistens mit unserem Geschmack. Die Kunden sind durch den „Literaturclub“ im Fernsehen und Besprechungen in den Zeitungen zwar schon gut informiert, aber dann wird bei uns auch noch eine Meinung eingeholt. Und dann kann man bestärken oder nicht.

In der Schweiz gibt es keine Buchpreisbindung. Nutzen Sie das für Preisaktionen?

Die Abschaffung der Preisbindung 2007 ist bei uns spurlos vorübergegangen. Unsere Kunden gehen nicht in die Innenstadt, wo das Buch einen Franken günstiger ist, sondern sie kaufen es in dem Stadtteil, in dem sie wohnen.



Walter Reimann hat Schriftsetzer gelernt und war ein Jahr lang als Drucker tätig. Anschließend hat er 4 Jahre in einem Restaurantkollektiv gearbeitet und 1984 mit seiner Frau Eva, einer gelernten Buchhändlerin, die Buchhandlung Hirslanden übernommen.