



# Lesen vernetzen

## Neue Geschäftsansätze für Medienunternehmen und für Buchhandlungen

Dorothea Redeker

# Schlagzeilen

..... über eine sich verändernde Branche



## Literatur an der Kette

„....inzwischen ist klar, dass es zur Zerstörung einer ganzen Branche keiner neuen Medien bedarf: Ein Konzern wie Thalia besorgt das auf seine Weise.“  
(SZ 13.10.2009)

## Wenn ein Kulturgut vom Thron stürzt

Erst Kannibalisierung und Digitalisierung und jetzt? Was den Buchmarkt zukünftig umtreibt.  
(Saarbrücker Zeitung 9.1.2010)

## Wahre Autoren verzweifelt gesucht

Das Menschenrecht auf kostenlose Informationen macht alle arm: Schriftsteller, Journalisten, Verlage und Leser  
(FAZ am Sonntag 28.2.1010)

# Hintergründe

## ..... zu meinen Strategieansätzen



### Forschungsprojekt

- Strategien kleinerer und mittelständische Buchhandlungen im neuen Kontext

### Beratung und Projektunterstützung

- Wissenschaftlicher Fachbuchhandel
- Dienstleistern

# Kernfrage

..... Wohin geht's?

- Strukturwandel
  - Filialisierung / Online-Handel
- Verändertes Konsumentenverhalten
- Wandel im Lese- und Nutzerverhalten, u.a.
  - Assoziatives, verknüpftes Lesen
  - Multimedial, interaktiv, communitybildend
  - produzierend, kollaborativ
  - Verlagerung der Deutungshoheit über „adäquate“ Inhalte zu Nutzern/Leser
- Gesellschaftlicher Wandel in der Bewertung einer Monetarisierung von Inhalten



**Medien-  
branche**

# Antworten finden

## ..... Übersicht



1. Beispiele: Neue Handlungskonzepte des stationären Buchhandels
2. Charakteristika der neuen Handlungskonzepte
3. Was bleibt zu tun?

# Antworten finden - Beispiele

## ..... drei neue Handlungskonzepte



### 1. Lesecoach

- Ausbau der Handlungsfeldes und der Kompetenz rund ums *Lesen*
- Positionierung im Umfeld „Leseentwicklung und Leseförderung“

### 2. Themenmentor

- Ausbau der *(thematischen) Spezialisierung*
- Positionieren im Umfeld unterschiedlicher „Nutzerszenarien“

### 3. Buchkommunikator

- Ausbau der Kompetenz „*kultureller Veranstalter*“
- Positionieren im Umfeld „Für Begegnungen rund ums Buch sorgen“

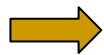
# Handlungskonzept

## ..... Lesecoach



### Buchhändlerisches Selbstverständnis als Vermittler der „Kulturtechnik Lesen“

- Positionierung des Buchhandels im Umfeld „Leseentwicklung und Leseförderung“
  - Titelexpertise
  - Mittler
    - zum **aktiven** Lesen einer jungen Zielgruppe
    - zum Thema „Leseentwicklung und -kompetenz“ für Lehrer, Eltern, Familien...



Leistungsangebot von drei miteinander verzahnten Modulen

# Handlungskonzept

## ..... Lesecoach



### Klassisches Händler-/Dienstleisterkonzept - Basismodul

- Sortiment auswählen, präsentieren und beschaffen
- Beraten
- Veranstaltungen klassischen Zuschnitt für Kinder anbieten (Lesestunden)
- Lesewelten für Kinder inszenieren

# Handlungskonzept

## ..... Lesecoach



### (Zusatz)modul: Lesen initiieren - Rolle: Moderator

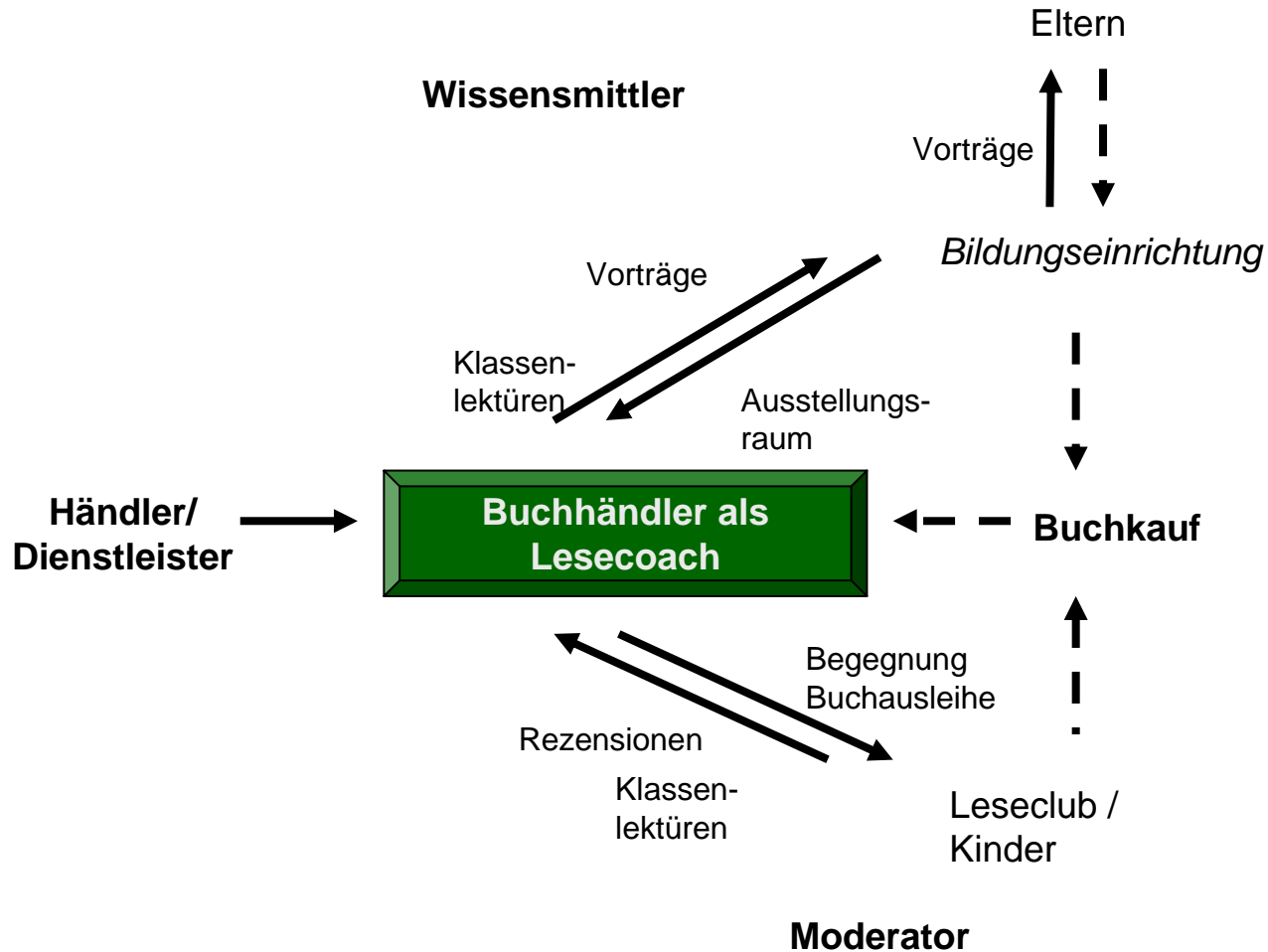
- Aktives Lesen mit junger Zielgruppe
  - Einrichtung von Leseclubs
    - Exklusiv - schafft Aufmerksamkeit und Attraktivität
    - Interaktiv - Mitgestaltung des buchhändlerischen Services
    - Gemeinschaftserlebnis - bindet an die Buchhandlung

### (Zusatz)modul: Lesen hinterfragen - Rolle: Wissensvermittler

- Thema Leseentwicklung und -förderung
  - Vorträge für Mitarbeiter in Bildungseinrichtungen
    - Beratung und Zusammenstellen von Klassenlektüren
    - Ausstellungen vor-Ort, in Kindergärten, Schulen
  - Informationsabende für Eltern

# Handlungskonzept

## ..... Lesecoach



# Handlungskonzept

## ..... Themenmentor



### Buchhändlerisches Selbstverständnis als Spezialist in der thematischen Nische

- Positionierung des Buchhandels im Umfeld unterschiedlicher Nutzerszenarien
  - Titelexpertise zum Thema
  - Einordnung der Thematik in Anwendungssituationen, beispielsweise Arbeitsumgebungen, alltägliche Erfahrungswelten
  - Mittler
    - Zwischen Akteuren in Nutzerszenarien
  - Plattform für Nutzer als Mittler



Leistungsangebot von drei miteinander verzahnten Modulen

# Handlungskonzept

## ..... Themenmentor



### **Klassisches Händler-/Dienstleisterkonzept - Basismodul**

- Tiefes, medienübergreifendes Sortiment auswählen, präsentieren und beschaffen
- Passende Zusatzsortimente
- Beraten
- Veranstaltungen klassischen Zuschnitt

### **(Zusatz)modul: Themen organisieren - Rolle: Koordinator**

- Aktives Beschäftigen mit Themen; Kontexte gestalten
- Neue Veranstaltungsformate Workshops, Ausstellungen mit Nutzern
- Messebeteiligungen

### **(Zusatz)modul: Akteure vernetzen - Rolle: Themenpartner**

- Zusammenarbeit mit anderen Beteiligten
- Partner für Autoren
- Communities der Akteure aufbauen

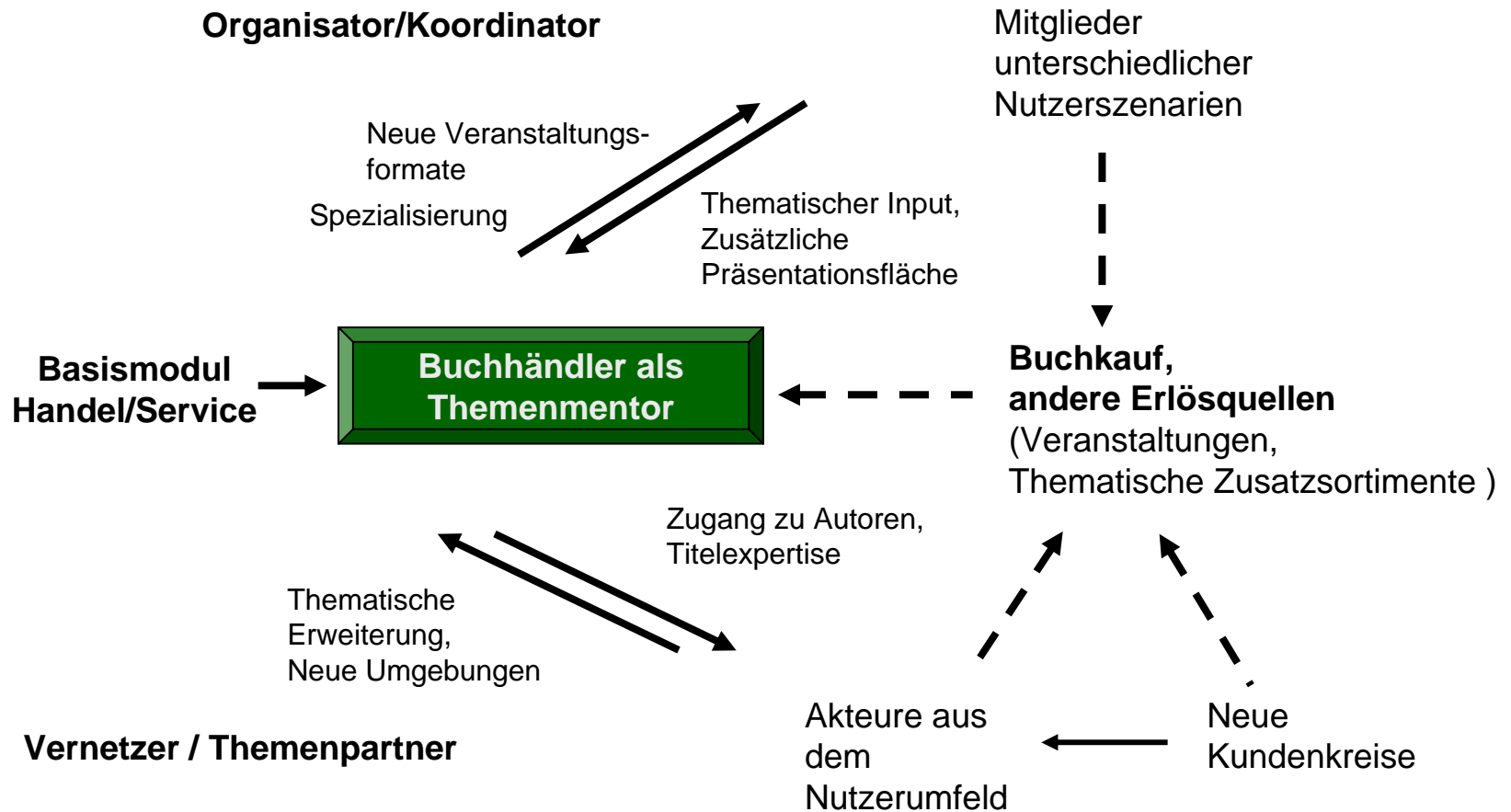
### **Fachbuchhandel**

### **Zusatz-(modul): Beschaffung organisieren**

- IT-Logistiker

# Handlungskonzept

## .....Themenmentor



# Handlungskonzept

## ..... Buchkommunikator



### Buchhändlerisches Selbstverständnis als kultureller Dienstleister / Veranstalter

- Positionierung des Buchhandels im Umfeld „Begegnung rund ums Buch“
  - Titelexpertise
  - Buchhandlung als Kommunikationsort
  - Mittler
    - Zwischen Lesern und Autoren
    - Zwischen Lesern
  - Leser als Mittler



Leistungsangebot von drei miteinander verzahnten Modulen

# Handlungskonzept

## ..... Buchkommunikator



### Klassisches Händler-/Dienstleisterkonzept - Basismodul

- Sortiment auswählen, präsentieren und beschaffen
- Passende Zusatzsortimente mit emotionalen und inhaltlichen Bezügen
- Beraten
- Veranstaltungen klassischen Zuschnitts

### (Zusatz)modul: Ambiente der Buchhandlung - Rolle: Ambientespender

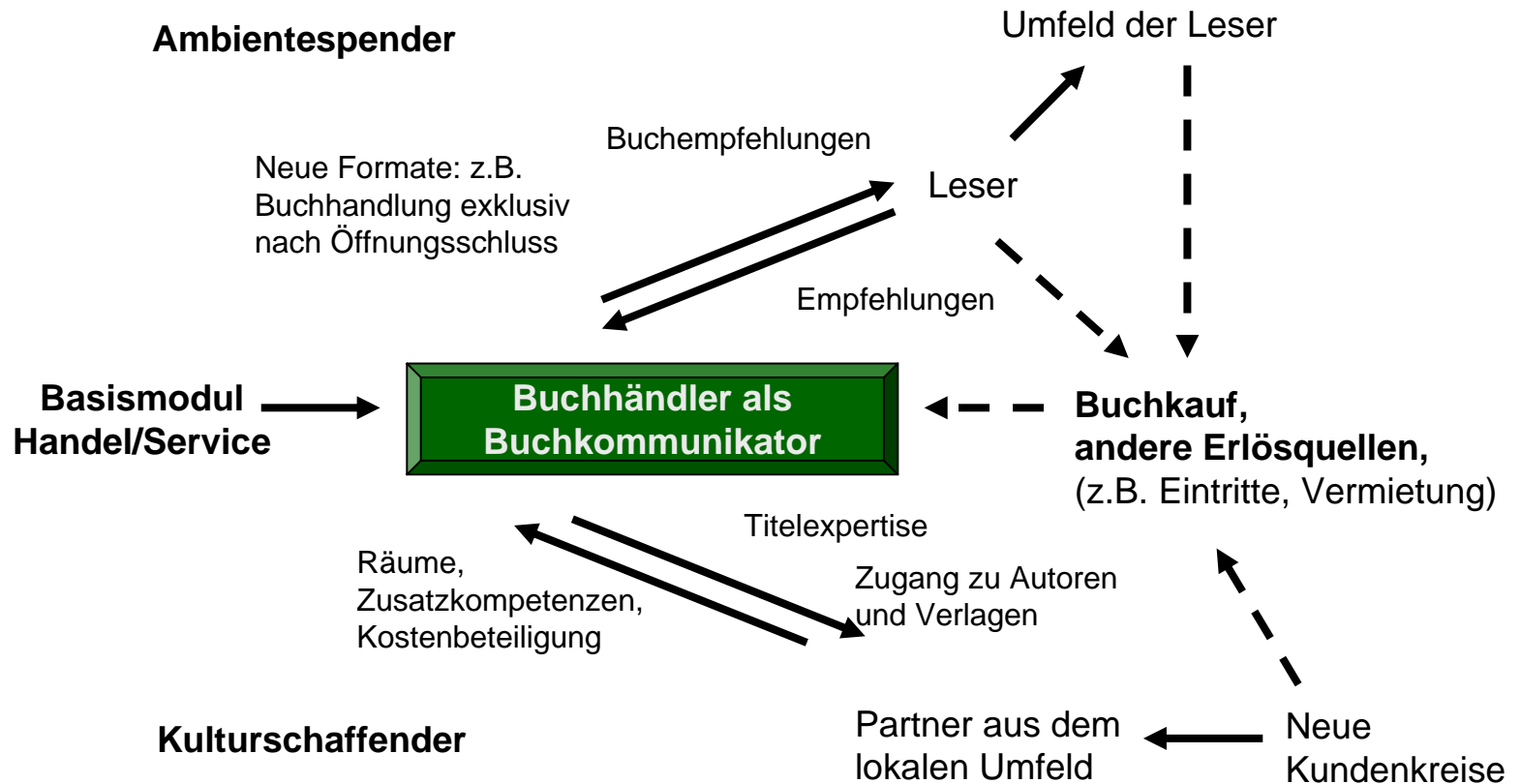
- Buchhandlung als Ort für *exklusive* Veranstaltungsformate
  - Stöberabende
  - Feiern
  - Buchhandlung Kunden überlassen..

### (Zusatz)modul: Kultur schaffen - Rolle: Regionaler Vernetzer

- Aktive Positionierung als Partner kultureller Angebote, auch in neuen Umgebungen
  - Weinbauern
  - Autohäusern
  - Bestattungsunternehmen ....

# Handlungskonzept

## ..... Buchkommunikator



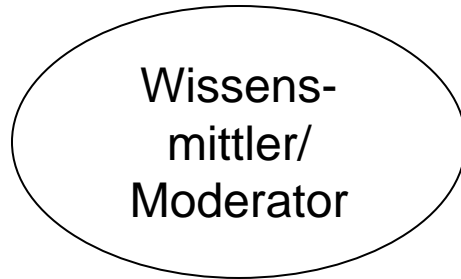
# Antworten finden

## ..... Charakteristika der neuen Handlungskonzepte

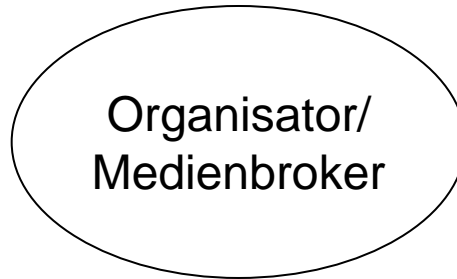
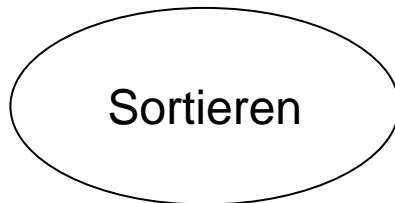


- Verschiebung der Leistungsangebote von Phasen des Erwerbs zu Angeboten, die Gestaltung und Nutzung von Büchern bzw. der Buchhandlung in Vordergrund rücken
- Buchhändler erweitern ihre bisherigen Rollen um neue Komponenten
- Leser übernehmen buchhändlerische Aufgaben, nicht nur in der Erwerbungsphase, sondern auch in der (Mit-)gestaltung von Mittlerkonzepten
- Zunahme von interaktiven und teilhabenden Angebotsformaten
- Entwicklung von multifunktionalen Handelsräumen hin zu soziokulturellen Räumen, in denen sich Leser/Nutzer untereinander und/oder mit Akteuren austauschen.
- Lesen wird vernetzt

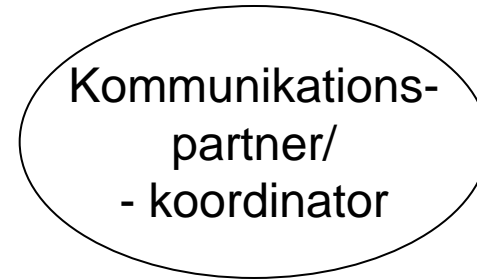
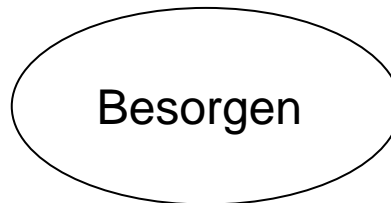
# Verständigung über .....neue Rollen des Händlers



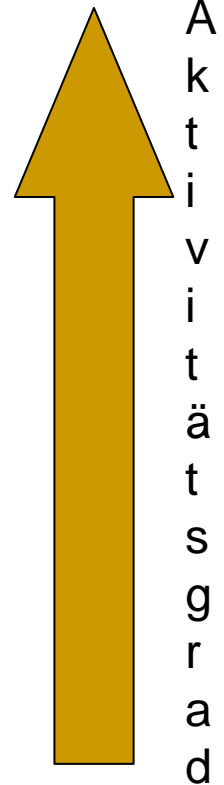
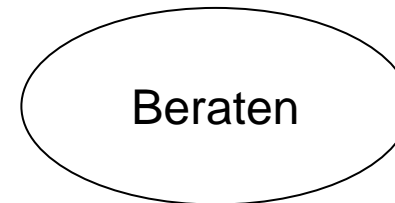
Einordnen



Medienübergreifend  
IT-Prozessorientiert



Beziehungen  
aufbauen



# Antworten finden

## ..... Charakteristika der neuen Handlungskonzepte



- Verschiebung der Leistungsangebote von Phasen des Erwerbs zu Angeboten, die Gestaltung und Nutzung von Büchern bzw. der Buchhandlung in Vordergrund rücken
- Buchhändler erweitern ihre bisherigen Rollen um neue Komponenten
- Leser übernehmen buchhändlerische Aufgaben, nicht nur in der Erwerbungsphase, sondern auch in der (Mit-)gestaltung von Mittlerkonzepten
- Zunahme von interaktiven und teilhabenden Angebotsformaten
- Entwicklung von multifunktionalen Handelsräumen hin zu soziokulturellen Räumen, in denen sich Leser/Nutzer untereinander und/oder mit Akteuren austauschen.
- Lesen wird vernetzt

# Positionierung

..... Lesen vernetzen



# Was bleibt zu tun?

## .....Ausblick für den (Buch-)handel



- Digitalisierte (und) veränderte Produkte bzw. Produktverknüpfungen gewinnen weiter an Bedeutung -> Profil als medienübergreifender Anbieter schärfen
- Weitere Verlagerung des Buchmarkts ins Internet -> Abbau der Defizite in der Kombination beider „Welten“ -> Verknüpfungskonzepte erforderlich
- Leser sind Teil des gesamten Workflows in der Buchbranche -> Interaktive und teilhabende Elemente als neues Profil (stationär) und in Ergänzung zu Angeboten im virtuellen Umfeld ausbauen
- Social Media nimmt an Bedeutung zu -> Beteiligung an Facebook, Twitter ...., Zuhören!
- Profilierung als vernetzender Organisator und Koordinator von Inhalten und Begegnungen, offline wie online, benötigt Zeit. Jetzt beginnen.....

# Was bleibt zu tun?

## ..... fünf Aspekte zur Vorgehensweise



### 1. Erweitertes Selbstverständnis

- Was bedeutet „Buchhandel, Verlag“ in (m)einem kulturellen Umfeld, heute?
- Welche Aufgaben erfülle ich als Buchhändler/Verleger in diesem Kontext?
- Welche Funktion hat mein Buchladen als physischer Ort?
- Welche Bedeutung hat Online für mich als stationärer Buchhändler, als Verleger?
- Welche Kompetenzen sind neben der primären buchhändlerischen/verlegerischen Leistungen relevant?
- Was ist meine ökonomische Grundlage heute und in Zukunft?

### 2. Veränderter Handlungsauftrag

### 3. Neue Rollen

### 4. (Authentische und gelebte) Unternehmensprofile

### 5. Vernetzung - Partnerkonzepte

.....vielen Dank!



**Vanish The Borders**  
**Dr. Dorothea Redeker**  
**Strategieberaterin**

**E-Mail: [dr@dorothea-redeker.de](mailto:dr@dorothea-redeker.de)**  
**[www.dorothea-redeker.de](http://www.dorothea-redeker.de)**



Redeker, D. (2010): Quo vadis, Buchhandel?  
Vom klassischen Händler zum Anbieter partizipativer Lösungen.  
Die Entwicklung neuer Standortprofile aus der Perspektive deutscher Buchhändler.  
Frankfurt a.M..