

D 3 Kulturgut Buch

Lies den Text zunächst sorgfältig durch und bearbeite anschließend die Aufgaben ①–⑦.



Kampf um ein Kulturgut¹



Buchhandelsketten² mischen den Markt auf und erobern im Ruhrgebiet zunehmend auch kleinere Städte. Der Buchladen an der Ecke gerät unter Druck.

- (1) Essen. Wenn jetzt auf der Frankfurter Buchmesse wieder für einige Tage das Kulturgut Buch gefeiert wird, verstellt das den Blick auf den Alltag: Denn das Buch ist auch ein Wirtschaftsgut, eine zunehmend härter umkämpfte Ware. Die Einkaufs- und Werbemacht der rasant wachsenden Buchhandelsketten lockt immer mehr Kunden an und setzt dadurch die herkömmlichen Buchhändler unter Druck. Mehr noch: Die Branchenführer³, so meinen Fachleute, veränderten durch ihre Nachfrage auch das Buchangebot selbst großer Verlage und bedrohten die Existenz von Kleinverlagen. Die großen Spieler in der Branche sind momentan offenbar kaum zu bremsen: Fast täglich eröffnen sie neue Filialen oder übernehmen sie gleich im Dutzend. So wie in der vergangenen Woche, als bekannt wurde, dass die Karstadt-Warenhäuser ihre Buchabteilungen dem Marktführer DBH (bisher rund 470 Filialen) überlassen. [...] Damit setzt sich ein Trend fort, der den Umbruch im Buchhandel verstärken wird: Die Ketten, die sich zunächst auf die Metropolen⁴ konzentriert hatten und inzwischen einen Marktanteil von 24 Prozent erreicht haben, erobern jetzt auch kleinere Städte.
- (2) Aber selbst wenn sie noch nicht vor Ort sind, zeigen die Buchriesen Wirkung. Beispiel Langenberg: In diesem Velberter Ortsteil ist Peter Kape mit seiner seit 1962 bestehenden Buchhandlung Einzelkämpfer. Dennoch merkt er sehr deutlich, dass es in der weiteren Nachbarschaft Läden von Thalia und Mayerscher⁵ gibt: „Da lassen sich die Kunden von den Bücherstapeln blenden. Deren Masse suggeriert⁶, dass diese Bücher billiger sind als anderswo. Stimmt aber nicht. Sie unterliegen der Buchpreisbindung genauso wie bei mir. Aber die Leute greifen eher zu – und wundern sich, wenn ich ihnen erzähle, dass ich auch ständig 10 000 Titel griffbereit habe.“ Probleme hat der Buchhändler auch mit anderen Verkaufsmethoden der Großen. „Sondereditionen⁷ der Verlage, die sie zu Sonderpreisen speziell für diese Anbieter herstellen, gehören dazu. Oder das Verramschen von Büchern, die wegen kaum wahrnehmbarer Mängel aus der Preisbindung genommen werden.“ Kape versucht, gegenzusteuern: „Gespräche mit den Kunden werden immer wichtiger.“
- (3) Dem kann auch Werner Boschmann vom Bottroper Kleinverlag für Ruhrgebietsliteratur Henselowsky-Boschmann nur zustimmen. Bei den inhabergeführten Buchhandlungen kennt man ihn seit 25 Jahren, weil er jedes neue Buch persönlich vorstellt und auch einzelne Bücher nachliefert. Aber bei den Ketten? „Da wird zentral eingekauft, in großen Mengen. Kleine Verleger, die mal 20 oder 30 Bücher direkt vor Ort abliefern

- wollen, sind da nicht mehr vorge-
sehen. Darunter leidet die Vielfalt
des Angebots, gerade auch bei der
80 regionalen Literatur. Wenn ich nicht
schon so lange am Ball wäre und
viele persönliche Kontakte auch zu
den Leuten in den Filialen der Buch-
ketten hätte, könnte ich einpacken.“
85 Das machen aber schon jetzt immer
mehr Buchhändler: 250 gaben im
vergangenen Jahr auf. Und die üb-
rigen 4 200 kommen mit Büchern
allein auch schon nicht mehr über
90 die Runden: 10 bis 15 Prozent ihres

Umsatzes machen sie bereits mit Ka-
lendern, Hörbüchern und Spielzeug.
Oder mit „Buchzubehör“, wie Kaf-
feetassen oder Lesezeichen.

aus: Westdeutsche Allgemeine Zeitung
(WAZ), 9.10.2007

- 1 Kulturgut: ein Produkt, das als wichtig und
erhaltenswert anerkannt ist
- 2 Buchhandelsketten: ein Handelsunternehmen
mit mehreren Filialen
- 3 Branchenführer: Marktführer
- 4 Metropole: Hauptstadt, Großstadt
- 5 Thalia und Mayersche: Namen von großen
Buchhandelsketten
- 6 suggerieren: einreden
- 7 Sonderedition: Sonderausgabe

1 Kreuze die richtige Antwort an. Laut Text geht es schwerpunktmäßig darum, dass ...

a)	kleine Buchhandlungen vom Markt verdrängt werden.	
b)	das Kulturgut Buch vom Markt verschwindet.	
c)	über die Frankfurter Buchmesse berichtet wird.	
d)	für das Buch als Kulturgut geworben wird.	

2 Drei der folgenden Überschriften passen zu den drei Abschnitten des Textes. **Eine Überschrift passt nicht zum Text.**

Ordne die Überschriften den entsprechenden Abschnitten (1) bis (3) zu. Schreibe bei der nicht passenden Überschrift eine „0“ in die rechte Spalte.

	Überschrift	passt zu Abschnitt
a)	Ein Buchhändler wird zum Einzelkämpfer	
b)	Gerangel um Bestseller	
c)	Buchhandelsketten machen kleinen Buchhandlungen das Leben schwer	
d)	Kleinverleger haben es schwer	

3 Formuliere die folgenden Textaussagen mit eigenen Worten. Ersetze das markierte Wort durch ein entsprechend anderes oder formuliere einen erklärenden Satz.

- a) „Wenn ich nicht schon so lange **am Ball wäre**, (...) könnte ich **einpacken**.“ (Z. 80–84)

- b) „Darunter leidet die Vielfalt des Angebots, gerade auch bei der **regionalen Literatur**.“ (Z. 78–80)

- c) „Oder das **Verramschen** von Büchern, ...“ (Z. 59–60)
