

**HANDEL** Buchpartner kauft von der VEMAG Pestalozzi-Altbestände

## Klotzen statt kleckern

Die **Buchpartner AG**, mit einem Umsatz von 110 Mio Euro Regent im Reich der Rackjobber, plant eine Offensive mit Kinderbüchern: In den nächsten Wochen wollen die Darmstädter rund 1,9 Mio Exemplare aus **Pestalozzi-Altbeständen** preisreduziert in den Nebenmärkte veräußern.

Die Kölner **Verlags- und Mediengesellschaft (VEMAG)** lässt das 2004 von **Egmont** übernommene Pestalozzi-Programm derzeit für einen frischen Auftritt im Sortiment gründlich umfrisieren. Weil ca. 1000 alte Pestalozzi-Titel beim geplanten Relaunch nicht länger ins Bild passen, wanderten sie nun komplett in die Hände des Rackjobbers. Buchpartner muss die Lager mit den Altbeständen bis Ende Juni leergeräumt haben. Eine Zielvorgabe, die Buchpartner-Chef **Dieter Gellert** (66) nach eigenem Bekunden keine Kopfschmerzen bereitet.

„Unsere Erfahrungen haben gezeigt, dass sich preisgünstige Kinderbücher in Discount-Ketten besonders gut verkaufen lassen“, begründet der Unternehmer. Zu den Großkunden, die mit Buchpartner kooperieren, gehören u.a. die SB-Warenhausketten **Toom** (102 Buchverkaufsflächen) und **Wal-Mart** (56) sowie die **Metro-Töchter extra** (536) und **real** (229). In den real-Märkten ist neben Buchpartner im Übrigen auch die **Mayersche** mit der Marke **B.O.B („Best of Books“)** auf 71 Flächen mit Modernem Antiquariat, Ratgebern und Taschenbüchern aktiv.

In der zweiwöchigen „**Frühlingsbuchmarkt**“-Aktion der real-Märkte, die am 27. Februar beginnt, werden die Pestalozzi-Altlasten noch nicht auf den Verkaufspaletten liegen. Gellert: „Das ließ sich aus organisatorischen Gründen in der Kürze der Zeit nicht bewerkstelligen.“

**VERLAGE** Kalenderverlage und Künstler fordern Preisbindung

## Revirement statt Ramschen

Fast ein Jahr nachdem mehrere Filialisten – allen voran **Mayersche-Chef Hartmut Falter** – massiv Front gemacht haben gegen ungebundene Preise bei Hörbüchern, hat sich eine neue Pro-Preisbindungscoalition gebildet. Wieder ist den Aktivisten besonders die Konkurrenz aus dem Internet ein Dorn im Auge. Mit dem Unterschied, dass diesmal Kalender im Fokus stehen.

„Wenn Online-Buchhändler schon im August oder September Kalender zu Sonderpreisen anbieten, ärgern sich nicht nur Sortimenter, sondern auch die Verlage“, schildert **Rolf Nüthen** vom **Verlegerausschuss im Börsenverein** die Problematik. Auch **Michael Gilles**, Chef des **DuMont-Kalenderverlags**, kritisiert, dass rund 5% der Buchhändler, darunter große Internet-Anbieter, Kalender häufig zu Dumpingpreisen anbieten. „Oft rechnet es sich dann nicht mehr, einen Kalender zu verlegen.“

Mit ihrem Vorstoß marschieren die Verlage Schulter an Schulter mit den in der **Verwertungsgesellschaft Bild-Kunst** organisierten Künstlern. Hintergrund: Da bei den meisten Malern oder Fotografen, die an einer Kalenderproduktion beteiligt sind, eine Umsatzbeteiligung im Vertrag steht, wirken sich Ramschpreise unmittelbar auf die Honorare aus.

Während bei der geforderten Preisbindung für Hörbücher das Gros der Verlage den „Liberalen“ im Wege stand – der Börsenverein hat sich inzwischen in einem Gutachten gegen fixe Preise ausgesprochen –, könnte die Forderung nach preisgebundenen Kalendern am Wankelmut der Verleger scheitern: In Berlin, wo die Änderung in ein modifiziertes Preisbindungsgesetz einfließen soll, ist vielen Funktionären in Erinnerung, dass sich die Verleger noch im Vorfeld des Gesetzes 2002 gegen eine Preisbindung ausgesprochen hatten.

buchreport.datei

### Die größten Rackjobber

<b>Buchpartner (Darmstadt)</b>	
Umsatz <sup>1)</sup>	110 Mio €
Kunden	3940
Verlagspartner	ca. 160
vorrätige Titel	50 000
Mitarbeiter	150 (+300 Service)
<b>Librofino (Aldorf)</b>	
Umsatz	35,5 Mio €
Verlagspartner	60
Kunden	ca. 5000
vorrätige Titel	3000
Mitarbeiter	100 (+80 Service)
<b>BTV (Braunschweig)</b>	
Umsatz <sup>2)</sup>	25 Mio €
Kunden	ca. 1300
vorrätige Titel	5000
Mitarbeiter	38
<b>CW Vertriebsgesellschaft (Wiesbaden)</b>	
Umsatz	1,2 Mio €
Verlagspartner	20
Kunden	ca. 100

1) Umsätze nach Endverkäuferpreisen;

2) geschätzt

Quelle: buchreport

**Pro-Preisbindungscoalitionär:**

**Michael Gilles**, Chef des Kölner **DuMont-Kalenderverlags**, fordert mit der im Börsenverein organisierten **Arbeitsgemeinschaft Kalenderverlage und der Verwertungsgesellschaft Bild-Kunst** fixe Preise für alle Kalender. Die neue Regelung soll in ein modifiziertes Preisbindungsgesetz einfließen.