

Der Rundum-sorglos-Service

Große Auslieferungen, allen voran Koch, Neff & Oetinger und die VVA, investieren kräftig in die E-Zukunft. Was aber ist mit den kleinen Wettbewerbern? Sie setzen vorerst auf Print – und profilieren sich als Allrounder.



Bernd Weidmann befindet sich in einer komfortablen Lage. Erstens geografisch, weil er sein Unternehmen, die Werkstatt Verlagsauslieferung, im reizvollen Rastede aufgebaut hat. Und zweitens, weil es sich dort offenbar bestens entwickelt. »Wir wachsen«, sagt Weidmann. »Alle drei bis vier Jahre verdoppelt sich das Umsatzvolumen in unserer Auslieferung.«

Die ersten Bücher, die Rastede per Lkw über die nahe Autobahn A 28 verlassen haben, waren die aus dem eigenen Verlag – dem Verlag Die Werkstatt, verankert im rund 300 Kilometer entfernten Göttingen. 21

Jahre ist das jetzt her. Mittlerweile liefert das Unternehmen für insgesamt 40 Verlage und zehn Non-Book-Anbieter aus. Weidmann: »Eine schöne Entwicklung, aber man sollte nicht übersehen, dass andere Auslieferungen diese Zuwächse ja auch hatten – wir sind nur noch nicht so lange am Markt.«

Bücher lagern in der Königstraße, Non-Books im Düserweg – die beiden Adressen liegen jedoch nicht weit voneinander entfernt. Demnächst rücken sie sogar noch ein wenig enger zusammen: Auf dem Feld dazwischen lässt Weidmann derzeit an einem der Gebäude einen Anbau errichten, das Fundament ist bereits

fertig. »Statt 5000 haben wir demnächst 7500 Quadratmeter, und wir können die Kapazitäten weiter ausdehnen.« Bei der Werkstatt gehe es »ziemlich dynamisch« zu.

Dass diese Dynamik nicht allein im Päckchenpacken besteht, ist eine altbekannte Tatsache – bei den großen und mittleren Auslieferungen (etwa Koch, Neff & Oetinger und VVA, Brockhaus Commission oder Prolit) genauso wie bei den kleineren. Logistik meint längst nicht mehr nur den Transport von A nach B, sondern hat sich zu einem Geschäft entwickelt, indem sich die Anbieter mit Zusatzdienstleis-

Wo entstehen neue Chancen?



© Fernando Baptista

Barbara Jost, Buch-Liefer-Service, Pfalzfeld:
 »Neue Aufgaben kommen auf uns zum Beispiel bei Non-Books zu. Generell: Im Zeitalter des Onlinebuchhandels wird die Bedeutung der Auslieferungen als Bindeglied zwischen Verlagen und Handel immer größer. Hier können wir auch verlagsübergreifende Aktionen mitgestalten.«

tungen profilieren. Die Formel dafür mag etwas abgegriffen klingen, gilt aber nach wie vor: Der Service macht den Unterschied – und da ändert sich der Status quo ständig. Die Vielfalt an Services, sprich der Erfindungsreichtum in den Auslieferungen, ist auf ein Maß angewachsen, das sich kaum auf einen Nenner bringen lässt.

Weidmann sagt, eine der Stärken seines Unternehmens sei es, dass hier nicht stur geradeaus gedacht und gehandelt werde. »Wir haben durch unsere eigenen verlegerischen Aktivitäten einen guten Gesamtblick – und Verlage sind sehr interessiert an vernetzten Strukturen.« Also daran, dass ihre Auslieferung mehr bewegen kann – als Bücher. Und weil dem so ist, bereisen von Rastede aus mehrere Vertreterteams Deutschland, Österreich und die Schweiz, um die Bücher und Non-Books der Kunden im Handel anzubieten. Unterstützung bietet Weidmann außerdem beim Marketing, beim Key Account-Management und bei der Herstellung.

Ein Einzelfall? Ganz und gar nicht. So wenig sich die Auslieferungen, die sich neben den Großen etabliert haben, miteinander vergleichen lassen, haben sie doch meist eines gemeinsam: Sie kennen den Verlagsalltag aus eigener Anschauung und bieten beim Service alles auf, was nur irgendwie möglich ist – wenn die Kunden, zumeist kleinere Verlage, aber auch Institutionen und Unter-

Bernd Weidmann, Die Werkstatt Verlagsauslieferung, Rastede:
 »Das Printgeschäft geht eher zurück. Chancen dürften vor allem beim Vertrieb von Non-Books entstehen, und in Nischenmärkten. Dass wir als kleines, flexibles Unternehmen am Markt Probleme bekommen könnten, denke ich aber nicht, sonst würden wir auch nicht neu investieren.«



© privat



© Klaus-Dieter Stabe

Markus Bercker, Auslieferungszentrum Niederrhein, Kevelaer:
 »Derzeit beschäftigen sich sehr viele kleinere und mittlere Verlage mit dem Thema Outsourcing – und da können wir als Allrounder, und auch durch unsere günstige Kostenstruktur, ganz gut punkten.«

nehmen, dies wünschen. Ideen für neue Dienstleistungen entstehen nicht am Reißbrett, sondern aus konkretem Anlass heraus. Zum Beispiel: beim Südost Verlags Service (SVS) in Waldkirchen, tief im Süden nahe Passau (eigene Verlage 2011: MZ Buchverlag, Südost, Tomus).

»Wir erfüllen auch ausgefallene Wünsche«, hält sich Geschäftsführerin Anna Nemes zugute. »So können sich unsere Kunden, wenn sie das wollen, auf ihre Programmarbeit konzentrieren.« Derzeit nutzen etwa 95 Prozent ihrer Kunden die Full-service-Angebote, sagt sie – ohne, dass es dafür allerdings ein vorgefertigtes Raster gebe. Verlage können von Waldkirchen aus auch ihre Endkunden beliefern lassen, der Südost Verlags Service (SVS) übernimmt zudem Buchhaltungsaufgaben und das Factoring, schneidet Bücher ein, vermittelt Druckunternehmen, sortiert Unterlagen in Loseblattwerke ein, verschickt Zeitschriften und

manches mehr. Nemes: »Chancen entstehen derzeit überall.«

Barbara Jost, Verlegerin des Kontrast Verlags, hat sich vor gut einem Jahr von diesen Chancen inspirieren lassen: Zum 1. Januar 2010 hatte sie sich vom Südost Verlags Service (SVS) gelöst, gründete in Pfalzfeld im Hunsrück den Buch-Liefer-Service (BLS) – liefert seitdem also wieder selbst aus und bietet ihre Logistikdienste (plus Marketing und Herstellung) auch anderen kleinen Verlagen an. Acht seien es bis heute, so Jost. »Und weitere haben schon angefragt.«

Ein großes Rennen, gar eines, in dem es darum geht, geschickt andere auszubremsen, findet unter den kleineren Auslieferungen allenfalls in Ansätzen statt: Jede bestellt ihr eigenes Feld. Herold etwa, eher ein großer unter den kleineren Zwischenbuchhändlern, hat sich als Spezialist für die Nebenmärkte einen Namen gemacht. »Wir sind da gut ver- ▶

Kein Vergleich: Verlagsauslieferungen

Unternehmen	Ort	Lagerfläche in qm	Verlage/ Firmen in der Auslieferung	Internet
Auslieferungszentrum Niederrhein (AZN)	Kevelaer	10 000	22 (Brendow, Don Bosco, Tyrolia u.a.)	www.azn.de
Buch-Liefer-Service (BLS)	Pfalzfeld	250	8	www.buch-liefer-service.de
Herold Auslieferung und Service	Oberhaching	5 000	140 (Ebner, Goethe-Institut, UBooks, UniPress u.a.)	www.herold-va.de
Südost Verlags Service	Waldkirchen	5 000	70 (Deutscher Fachverlag, Trialog, Waxmann u.a.)	www.suedostverlagservice.de
Die Werkstatt Verlagsauslieferung	Rastede	5 000	40 (plus 10 Non-Book-Anbieter; Buch: Echo, Pala u.a.)	www.werkstatt-auslieferung.de

Auswahl; Quelle: Unternehmensangaben

► netzt«, so Geschäftsführer Wolfgang Fitz; »die Nebenmärkte machen 85 Prozent unseres Liefervolumens



Profiziert vom Outsourcing-Trend bei Verlagen: das Auslieferungszentrum Niederrhein in Kevelaer

aus.« Und das scheint sich zusehends herumzusprechen. Fitz gewinnt derzeit reihenweise neue Kunden, die von seinem Know-how profitieren wollen. »Allein seit Jahresbeginn sind mindestens zehn Verlage zu uns gekommen.«

Ähnlich agil ist das zu Butzon & Bercker gehörende Auslieferungszentrum Niederrhein (AZN) in Kevelaer. Die Deutsche Bischofskonferenz hat dem AZN unlängst ihre gesamte Logistik übergeben, neu dabei sind auch Brendow und, seit 1. Juni, der IKS Garamond Wissenschaftsverlag.

Allround-Auslieferungen wie das AZN seien derzeit bei kleineren, aber auch mittleren Verlagen sehr gefragt, meint Geschäftsführer Markus Bercker. »Wir merken deutlich, dass sich momentan sehr viele kleinere und mittlere Verlage mit dem Thema Outsourcing beschäftigen.« Was ihm besonders zugutekomme: dass er, aufgrund der überschaubaren Kostenstruktur in Kevelaer, seine Dienste preisgünstig anbieten könne. Hält der Zustrom an, will er auch noch anbauen. »Ein Grundstück dafür haben wir im letzten Jahr bereits erworben.«

Stimmt die These, dass der Buchmarkt schrumpft, wären die Investitionen umsonst. Doch so richtig rechnet damit bislang kaum jemand. »Das Printgeschäft wird sicher wieder anziehen, E-Books hin oder her«, prognostiziert zum Beispiel Anna Nemes. Was SVS, BLS und AZN jedoch tun: Sie bereiten sich darauf vor, künftig auch digitale Bücher auszuliefern – so, wie es Herold schon tut (seit Anfang 2011). Und Weidmann? Der will erst einmal abwarten. »Dateien verschicken können Verlage auch ganz gut alleine.«

Marktplätze für Pioniere

12.-16. Oktober 2011

FRANKFURTER
BUCHMESSE
Ehrengast Island

Noch vier Monate, dann geht Frankfurt Sparks in die zweite Runde. Auch die Hot Spots werden wieder angeschaltet. Um welche Themen es diesmal geht.

Multimediale Formate wie enhanced E-Books begründen neue Erzählformen, die Cloud ersetzt das Bücherregal, Social-Reading-Plattformen wie Goodreads, Copia oder Library Thing machen das Lesen zu einem gemeinsamen Erlebnis. Inhalt ist nicht mehr nur der Rohstoff für Buch- und Medienbranchen, sondern ein begehrtes Gut für Technologieanbieter. Vor diesem Hintergrund hat die Frankfurter Buchmesse im vergangenen Jahr die digitale Initiative Frankfurt Sparks mit den beiden Projekten Frankfurt Hot Spots und Frankfurt StoryDrive gestartet. Und dieses Jahr soll es weitergehen

novationen«, so Projektleiter Michael Kirchner – und hätten sich bereits als solche etabliert.

Bei der Premiere 2010 präsentierten sich ihm zufolge an den Hot Spots rund 100 Aussteller aus 40



Ländern. Und mit nicht wenigen davon – etwa abavo aus Deutschland, Publidisa aus Spanien oder Qbend und Codemantra aus den USA – gebe es in diesem Jahr ein Wiedersehen. »Das Interesse ist enorm«, so Kirchner – besonders im Ausland.

Frankfurt Sparks wird aber nicht nur weitergeführt, sondern auch erweitert: um zwei neue Veranstaltungsflächen, genannt Spark Stages (Halle 4.2 und Halle 8). Sie sollen dazu beitragen, die Hot Spots zu entlasten – an denen es im vergangenen Jahr regelmäßig Gedränge gab, wenn auf der Bühne über neue Trends und Ideen debattiert wurde; an den Hot Spots ist Platz für bis 35 Zuhörer, auf den Spark Stages für bis zu 80.

Tamara Weise



Treffpunkt Bildung: einer von sechs Hot Spots des Jahres 2010 auf der Frankfurter Buchmesse

– auch an den Hot Spots (Größe: 160 – 500 Quadratmeter).

Die Gemeinschaftsstände, jeder verfügt neben der Ausstellungsfläche über eine kleine Bühne und einen Lounge-Bereich, widmen sich erneut sechs großen Trendthemen – darunter Social Media, Mobile Content und E-Learning (siehe Kästen). »Die Hot Spots sind unsere Schaufenster für Inno-

Frankfurter Buchmesse: Trendzentren 2011

Termin: 12. – 16. Oktober 2011

Welche Hot Spots es diesmal geben wird:

- Kids & Comics (Halle 3.0)
- Publishing Services (Halle 4.0)
- Education (Halle 4.2)
- Professional & Scientific Information (Halle 4.2)
- Digital Relations (Halle 6.1)
- Mobile & Devices (Halle 8)

Internet: www.hotspotfrankfurt.de