



Leuchtturm im Mai: Jaenicke in Detmold

In der Mittelstadt Detmold sind seit langem vier Vollbuchhandlungen im Citybereich ansässig. Am äußeren Rand der Fußgängerzone hat Stephan Jaenicke (37) die fünfte gegründet. Nicht aus blinder Leidenschaft, sondern aufgrund kühler Kalkulation.

Jaenicke wusste genau, worauf er sich einließ, denn er hatte zehn Jahre lang in einer der vier anderen Buchhandlungen gearbeitet, zuletzt als deren Leiter. Dabei hat er Lücken in Sortimentsangebot und Zielgruppenansprache des örtlichen Buchhandels festgestellt, die er - nachdem das geeignete Ladenlokal gefunden war - seit gut einem Jahr erfolgreich nutzt.

Sein Gründungskonzept überzeugt auch Skeptiker, dass eine fünfte Buchhandlung in der Stadt funktionieren muss. Das Konzept gewann den Existenzgründerpreis der Stadt und die Goldene Libri-Wanne.

Jaenicke: Wo Lücken sind passe auch ich noch hin



Auf dieses Haus kommt man zu: Buchhandlung Jaenicke in Detmold

In der gediegenen, aber nicht sehr weit herausragenden Mittelstadt Detmold sind seit langem vier Vollbuchhandlungen im Citybereich ansässig. Am äußeren Rand der Fußgängerzone kam eine fünfte dazu. Stephan Jaenicke gründete sie nicht aus blinder Leidenschaft, sondern aufgrund kühler Kalkulation.

Maßgeblich waren buchhändlerische Erfahrung, betriebswirtschaftliches Denken, Standortkenntnis und Enthusiasmus. Grundlage war ein Gründungskonzept, das mit der Goldenen Wanne von Libri und dem Existenzgründerpreis der Stadt belohnt wurde.

Der Gründer: Mit den Verhältnissen vertraut

Stephan Jaenicke (37) wusste genau, worauf er sich einließ, als er im April 2004 seine Buchhandlung eröffnete: Er kennt sowohl den Buchhandel als auch den Standort seit langem. Nach Abitur und Buchhandelslehre bei Matthias in Hameln ging er 1993 als Mitarbeiter zur Buchhandlung Libris nach Detmold, die damals dem Hamelner Unternehmer Uwe Wöckener gehörte. 1996 stieg er zum Geschäftsführer der Detmolder Buchhandlung auf. Aus Gründen, die nicht bei Libris zu suchen sind, übernahm der Eigentümer 2003 selbst die Geschäftsführung in Detmold mit der Absicht, die Buchhandlung zu verkaufen. Auch Jaenicke erhielt ein Kaufangebot, hatte auch schon ein Konzept verfertigt, aber die Verhandlungen scheiterten dann am Preis. Mittlerweile ist Libris verkauft, aber nicht an Jaenicke.

Die Ausgangslage: Da war noch eine Lücke

Als langjähriger Geschäftsführer einer der vier Detmolder Buchhandlungen kannte Jaenicke die Situation vor Ort genau. „Seine“ Buchhandlung Libris zählte zu den stärkeren Kombattanten mit sehr guter Auflage in der Fußgängerzone.

Eine bessere Lage hat nur die Buchhandlung am Markt, der Platzhirsch. Als führende allgemeine Sortimentsbuchhandlung muss dieser Wettbewerber versuchen, ein möglichst breites Angebot vorzuhalten, so weit es die räumlichen Möglichkeiten hergeben.

In einer Seitenstraße mit bestenfalls Ib-Lage betreibt Kafka & Co hinter schmaler Fassade eine sehr tiefe, nobel eingerichtete Buchhandlung, ein Sortiment mit literarischem Anspruch. Diese Buchhandlung setzt auf ihre Verankerung bei einem traditionell orientierten bürgerlichen Publikum.

Vierter im Bunde ist, in gleicher Straße, aber noch etwas weiter abgelegen, die Buchhandlung Schnelle. Als Meyersche Hofbuchhandlung ein Unternehmen mit fast 350-jähriger Tradition, aber, so die Einschätzung des Kollegen, von Anmutung und Sortimentsangebot her nicht mehr ganz auf der Höhe der Zeit.

Daneben tummeln sich in der Stadt die bekannten Kollegen des nicht-klassischen Buchhandels, ein Weltbild plus, ein Karstadt-Haus, ein Club Center. Spannend bleibt, was aus dem Karstadt-Haus wird, hier könnte anstelle der Buchabteilung auch eine neue Buchhandlung entstehen. Ob das großflächige Einkaufszentrum am Stadtrand, auf das Buch & Kunst für 2006 ein Auge geworfen haben soll, tatsächlich kommt, ist noch umstritten.

Ist es weise, in solch ein Umfeld noch eine Vollbuchhandlung hineinzusetzen? Die Zahlen sagen ja: Laut GfK-Kaufkraftstudie soll Detmold für 8 Mio Euro Buchumsatz gut sein, nur 4 Millionen sind realisiert. Auch wenn er diese Relation stark anzweifelt, eines hat Jaenicke in seiner Zeit bei Libris doch erkannt: Es gab im Detmolder Buchhandel definierbare Lücken sowohl im Buchangebot wie auch in der Zielgruppenansprache.

Das Objekt: Randlage mit Stärken

Die Buchhandlung, mit der Jaenicke seit April 2004 aus diesem Potenzial schöpft, hat zwar nicht allererste Lage, aber auf den zweiten Blick zeugen sich doch Stärken. Das Haus liegt ganz am Ende des historischen Innenstadtbezirks und der Fußgängerzone, ist andererseits das Einfallstor für viele von den Parkplätzen am City-Rand kommende Kunden.

Für die ist das Eckhaus, ein schön renovierter Altbau von 1890, nicht zu übersehen. Und das Buchangebot auch nicht, denn die Ecklage ermöglicht üppige 18 m Schaufenster zu den beiden Seiten, von denen aus Passanten auf die Buchhandlung zu kommen können.

Die 170 qm Verkaufsfläche liegen zur Gänze im Erdgeschoss, der Raum ist durch unvermeidliche Pfeiler in mehrere Kabinette gegliedert. Hinzu kommen die Sozialräume und ein Keller. Die Einrichtung wirkt wie neu, stammt aber größtenteils aus einem Insolvenzfall: So ist Jaenicke für 90% seiner Möblierung mit 11.000 Euro ausgekommen.

Trotz der kleingliedrigen Aufteilung wirken die Räume dank der vielen Schaufenster nicht eng und dunkel, sondern licht und freundlich. Ein Kaffeeautomat mit Sitzgelegenheit im hinteren Bereich sowie dezente Hintergrundmusik sorgen für eine entspannte Atmosphäre. Beim Gang durch die Kabinette ergeben sich immer mal wieder kleine Überraschungen, denn bei der Präsentation richtet sich Jaenicke lieber nach Kundensorientierung und visueller Animation als nach buchhändlerischen Ordnungskriterien.

Die Kunden: Eine Auswahl im Fokus

Da man es sowieso nicht allen recht machen kann, hat sich Jaenicke über seine Zielgruppe intensiv Gedanken gemacht. Die Beamten- und frühere Residenzstadt Detmold mit ihren 75.000 Einwohnern ist zwar mehr als andere mit dem Typus des Bildungsbürgers gesegnet, doch in seiner Tätigkeit bei Libris ist Jaenicke schon aufgefallen, dass die Potenziale woanders liegen, weil bisher ein jüngeres Aufsteigerpublikum nicht richtig bedient wurde.

Gut ausgebildete, aufstiegsorientierte Menschen zwischen 20 und 45 mit gutem Einkommen stehen denn auch hauptsächlich im Fokus der Buchhandlung Jaenicke. Das Angebot für diese Zielgruppe lässt sich gut ergänzen durch ein Sortiment hochwertiger „besonderer“ Bücher, das auch ein gehobenes konservatives Milieu älterer Jahrgänge anspricht. Den Anspruch, in seinen Regalen jedem alles zu bieten, erhebt Jaenicke von vornherein nicht.

Das Angebot: Ganz auf die Zielgruppen eingestellt

Was hat Jaenicke seinen bevorzugten Kundenkreisen zu bieten? Schwerpunkt ist Unterhaltungsliteratur, von schwer bis leicht. Betont wird auch das Kinderbuch, einmal mit Blick auf das Alter der Zielgruppe, andererseits weil Jaenicke schon immer fand, dass dieses Genre in den Detmolder Buchhandlungen wenig gepflegt oder gar „lieblos behandelt“ wird.

Noch auffälliger war für Jaenicke die Lücke im Bereich dessen, was er unter „Neues Denken“ zusammenfasst, also im Wesentlichen das, was sonst unter Esoterik läuft: Solch ein Angebot war fast gar nicht vertreten. Das ist schon deshalb etwas verwunderlich, weil es in Detmold, aus welchen Gründen auch immer, ein besonders dichtes Netzwerk von alternativen Therapeuten, Homöopathen und Heilpraktikern geben soll sowie mehrere Institute mit spiritueller Zielsetzung. Deshalb sieht Jaenicke in diesem Schwerpunkt eine besondere Stärke seiner Buchhandlung.

Diese Eso-Linie wird durch Nonbooks verlängert, in der Buchhandlung gibt es zwischen den Büchern ganz selbstverständlich so schöne Dinge wie Schmuck, Pendel und Runenorakel. Stark ist Jaenicke auch bei den beliebten Postkarten, und das Kinderbuch-Angebot wird abgerundet durch einige Spiele-Angebote von Coppenrath und Ravensburger.

Der Verzicht auf den Anspruch Vollsortiment zeigt sich im Fehlen eines Fachbuch-Angebots. Angesichts der anderen Schwerpunkte wäre die intensive Beschäftigung mit diesem Bereich eine Verzettelung der Kräfte, und wie er unumwunden zugibt konzentriert er sich auch aus Konditionengründen lieber auf U-Literatur.

Zum Angebot gehört schließlich der Umgang mit den Kunden: Kulanz wird ganz groß geschrieben. Ansichtsbestellungen, Rücknahme und Umtausch sind für den Kunden gar kein Problem, ihn kosten auch Postversand und Botenlieferung nichts. Jaenicke besorgt antiquarische und ausländische Bücher gern. Eine Stütze für die Besorgungssicherheit (und die fortlaufende Anpassung des Sortiments) ist das Warenwirtschaftssystem. Missbraucht wird die Servicebereitschaft der Buchhandlung von den Kunden nicht, ist Jaenicke sicher, und ein nennenswertes Dienstleistungsproblem hat er trotz des gegliederten Verkaufsraums auch noch nicht festgestellt.

Die Werbung: Den Bekanntheitsgrad ausgenutzt

Der Aufbau langfristig stabiler Kundenbeziehungen, nicht punktuelle Verkaufseffekte, sind das Ziel von Werbung und Öffentlichkeitsarbeit bei Jaenicke. Er muss nicht bei Null anfangen, denn als langjähriger Leiter einer der Detmolder Buchhandlungen, als stellvertretender Vorsitzender der Werbegemeinschaft und als stadtbekannter Oldtimer-Fahrer ist ein Bekanntheitsgrad schon vorhanden.

Kundenveranstaltungen gegenüber ist die neue Buchhandlung aufgeschlossen, aber eher als die klassische Autorenlesung, mit der versucht wird, die Hallen zu füllen, setzt Jaenicke auf zielgruppenorientierte Zusammentreffen: Zum Beispiel mit Therapeuten, die Kollegen ihre Techniken vorstellen. „Damit lässt sich viel mehr erreichen“ - jedenfalls dann, wenn man seine Zielgruppen definiert hat und kennt.

Wenn der Platz in der Buchhandlung nicht reicht, greift eine Kooperation mit dem Grabbe-Haus. In dem Gebäude aus dem 18. Jahrhundert hat die kleine Bühne des Landestheaters ihren Sitz und bietet 96 Plätze mit schönem Ambiente.

Das Ergebnis: Eine sichere Existenz

Das Beispiel Jaenicke zeigt, was sich erreichen lässt, wenn man eine Buchhandlung nicht auf blauen Dunst, sondern mit Ortskenntnis und einem klaren Konzept gründet – und das Konzept dann natürlich auch konsequent befolgt. Was die Einhaltung der sparsamen Etatvorgaben einschließt: Die Buchhandlung mit 170 qm Verkaufsfläche kam dank Gebrauchtkäufen und viel Eigenleistung mit einem Gründungsetat von 105.000 Euro aus.

Lohn der Mühen und des Risikos ist ein Geschäftsgang, der schon eine Mitarbeiterbesetzung über Plan (1 Vollzeit, 1 Teilzeit, 1 Auszubildende, 2 Hilfskräfte) erfordert. Grund: Der Umsatz war über Plan, schon im Rumpfbjahr 2004 mit 290.000 Euro in neun Monaten. Für 2005 hat Jaenicke seine Prognose um 25% auf 470.000 Euro heraufgesetzt, nächstes Jahr sind 520.000 Euro angestrebt.

Dabei herrscht nicht etwa Hektik in den Verkaufsräumen, sondern – trotz guten Besuchs – eine auffallend entspannte Atmosphäre. Auch dies war ein Ziel des sorgfältig ausgearbeiteten Geschäftskonzepts, für das Jaenicke die Goldene Libri-Wanne bekommen hat. Übrigens nicht die erste Auszeichnung: Schon zuvor erhielt er von der Stadt Detmold den Existenzgründerpreis für das beste Businesskonzept.

Der Leuchtturmfall Jaenicke zeigt, dass es mit einem gut überlegten Ansatz durchaus möglich ist, eine erfolgreiche Buchhandlung in die Welt zu setzen – auch und gerade heutzutage, wo der Buchhandel so sehr im Umbruch ist. Jaenicke: „Der Zeitpunkt ist ideal“.

Bilder unten:

Stephan Jaenicke hat eine klare Vorstellung von seinen Zielgruppen
Das Logo seiner Buchhandlung hat Jaenicke selbst entworfen



Quelle: Langendorfs Dienst - Der Internet-Informationsservice für den unabhängigen Buchhandel 30. Mai 2005