

Was Bücher mit Kokosnüssen gemein haben

Buchhändler Philip Karger nutzt seine Detailhandelserfahrungen

«Früher habe ich Früchte und Gemüse verkauft, heute sind es Bücher. Ich bin primär Unternehmer, nicht Buchhändler.» Mit solchen Bekenntnissen macht der 47-jährige Philip Karger, Geschäftsführer der akademischen Buchhandlung Karger Libri in Basel, deutlich, dass er aus anderem Holz geschnitzt ist als das Gros der übrigen Branchenvertreter. Im Unterschied zu den meisten anderen Buchhändlern hat Karger auch die vom Bundesrat am 2. Mai verfügte Aufhebung der Buchpreisbindung freudig begrüsst und beschlossen, noch am gleichen Tag seine Preise zu senken. Der Zorn des Schweizerischen Buchhändlerverbands ist ihm gewiss, kümmert ihn aber wenig. Bereits sein Vater war Anfang der 1990er Jahre aus der Organisation ausgetreten, als man ihm verbieten wollte, den Studenten Rabatte zu gewähren. Akademiker bilden seit je eine wichtige Klientel der vis-à-vis dem Kollegiengebäude gelegenen Buchhandlung, die Thomas Karger, Sohn eines Berliner Verlegers, der 1937 vor den Nazis floh, 1960 gegründet hatte.

Philip Kargers wenig branchenkonforme Denkweise hat offensichtlich mit seinem Werdegang zu tun. Da er anfänglich mit Druckerzeugnissen nichts zu tun haben wollte, entschied er sich für eine Ausbildung als Landwirt und wechselte dann, weil der Bauernberuf aus gesundheitlichen Gründen doch nicht in Frage kam, in den Detailhandel. Er wurde Sträucherverkäufer in einem Migros-Gartencenter, betätigte sich im Winter als Ski-Techniker und fand Mitte der 1980er Jahre schliesslich eine Anstellung bei Manor als Abteilungsleiter für Früchte und Gemüse. Hier lernte er auch das Handwerk des Kaufmanns gründlich kennen, und als er 1990 doch noch ins väterliche Geschäft einstieg, lag es auf der Hand, dass er seine gesammelten Früchte-und-Gemüse-Erfahrungen im Buchhandel nutzen würde.

Das hat Karger geprägt. Nach seiner Auffassung ist es nicht Aufgabe von Buchhändlern, Kulturgüter zu bewahren; sie sollen einfach Bücher verkaufen - und gelegentlich können es auch andere Produkte sein. Als in den neunziger Jahren zum Beispiel die Compact Discs zu einer ernsthaften Konkurrenz für die Druckerzeugnisse zu werden drohten, fing Karger an, sich intensiv mit dieser Neuerung zu beschäftigen. Compact Discs wurden vermehrt ins Sortiment aufgenommen, und es kam sogar zur Gründung eines spezialisierten Einzelunternehmens, des Karger Media Center, das dann allerdings, als die Elektronikwelle wieder verebbte, in die Buchhandlung reintegriert wurde. Die Diversifizierungslust ist Karger damit aber keineswegs vergangen, wie man beim Streifzug durch seinen Laden feststellen kann: Neben dem Angebot an wissenschaftlicher Literatur und dem besonders breiten Sortiment an medizinischen Lehrbüchern finden sich beispielsweise auch Stethoskope in verschiedenster Ausführung, Arztkittel (zu Discountpreisen) und lebensgrosse Modelle des menschlichen Skeletts. Solche «Mitnahmegeschäfte» mögen bei anderen Buchhändlern verpönt sein - bei Karger bilden sie Teil des Geschäftsmodells.

Kargers unkonventionelle Art des Geschäftens führte ihn schliesslich auch dazu, die Buchpreisbindung in Frage zu stellen. Unmittelbarer Anlass dazu war 2004 wiederum ein Seilziehen mit dem Buchhändlerverband um das Recht, Rabatte auf Studienliteratur zu gewähren. Dass das Preisregime nun gefallen ist, stellt für Karger eine Genugtuung dar; er sieht aber auch Probleme auf die Branche zukommen. Der jahrzehntealte Mechanismus zur Preisfestsetzung habe dazu geführt, dass sich Buchhändler viel zu wenig um kaufmännische und unternehmerische Belange ihres Metiers - etwa einen optimierten Einkauf oder ein zielgerichtetes Marketing - gekümmert hätten; Lehrlinge, klagt Karger, hätten keine Ahnung, wie man eine Marge berechnet, weil dies in dem vom Verband bestimmten Lehrplan nicht vorgesehen sei. Dass die kleinen und mittleren Buchhandlungen, zu denen auch Karger zählt, wegen des Endes der Preisbindung in die Bredouille geraten könnten, bezweifelt er allerdings und verweist wiederum auf seine Detailhandelserfahrung: Angesichts der Dominanz von Migros und Coop etwa im Segment der (billigen) Bananen habe man bei Manor seinerzeit auf Nischen gesetzt und zum Beispiel sichergestellt, dass man die besten Kokosnüsse anbieten konnte. Für Karger steht fest, dass die kleineren Buchläden dann eine Chance haben, wenn sie sich als die Kokosnussverkäufer der Buchbranche bewähren.

Diesen Artikel finden Sie auf NZZ Online unter:

<http://www.nzz.ch/2007/05/14/wi/articleF6D7Z.html>

Copyright © Neue Zürcher Zeitung AG

Alle Rechte vorbehalten. Vervielfältigung oder Wiederveröffentlichung zu gewerblichen oder anderen Zwecken ohne vorherige ausdrückliche Erlaubnis von NZZ Online ist nicht gestattet.
