

Buchhändler müssen sprechfähig sein



© Buchmarkt

Der Börsenverein ehrt den Buchmarkt-Herausgeber Christian von Zittwitz mit der Goldenen Nadel. Erstmals erhält ein Journalist diese Auszeichnung.

Wie fühlen Sie sich?

Ich frage mich, ob es eine Goldene Nadel wert ist, wenn man einfach konsequent seine Arbeit macht. Aber ich nehme sie jetzt gern an, stellvertretend für meine Mitarbeiter, aber auch für meine Weggefährten in den über 40 Jahren.

Mit welcher Absicht haben Sie das Magazin damals angefangen?

Ich wollte meinem Lehrherrn Klaus Werner nur beweisen, dass eine Fachzeitschrift nicht zwingend langweilig sein muss.

Und mit welcher Absicht machen Sie es heute weiter?

Weil ich nichts anderes gelernt habe. Ernsthaft: Ich glaube, dass wir das modernste Fachzeitschriften-Konzept haben. Und das ist noch gar nicht ausgereizt.

Das sagen Sie, wo doch anzeigenfinanzierte Medien überall unter Druck geraten?

Die meisten zu Recht! Wenn deren Manager ihre eigenen Blätter läsen, wüssten sie, warum diese in Schwierigkeiten sind. Journalistische Qualität wollen sie nicht mehr bezahlen, und Leidenschaft für eine Sache ist selten zu spüren.

So seltsamen Papierkram wie ein Buchmarkt-Heft oder ein Börsenblatt wird es aus Ihrer Sicht auch in fünf Jahren noch geben?

Ich gebe zu, ich war irritiert, als Sie vor zwei Jahren hier in Düsseldorf an der Universität öffentlich gesagt haben, langfristig wer-

de der Online-Journalismus in Führung gehen.

Auf unsicherem Grund bleibt man wachsamer ...

Mag sein, aber ich bin und bleibe, was Print anlangt, trotzdem zuversichtlich. Denn ich sehe bei Besuchen in Buchhandlungen (viel öfter als früher) Buchhändler in Fachmagazinen blättern.

Manche Verlage fragen trotzdem skeptisch, ob Buchwerbung in den Fachblättern noch eine gute Wirkung hat.

Da wird es bald ein Umdenken geben. Die Verlage entdecken langsam, dass sie Hilfstruppen bei den Buchhändlern an der Front brauchen, wenn sie die Warenwirtschaften und die Zentraleinkäufer überlisten wollen. Ich weiß, dass sich viele Buchhändler aus ihren Blättern die Infos suchen, die sie für ihre Verkaufsgespräche brauchen. Allerdings muss man sich auch kritisch die Buchinsetrate ansehen, ob die dazu beitragen, dass diejenigen, die Bücher verkaufen sollen, auch sprechfähig werden.

Sprechfähig?

Ich meine, dass eine Buchhändlerin vor ihrem Kunden ein Buch auf den Punkt bringen kann. Überhaupt sind gut informierte Verkäufer das Kapital für jeden Ladeninhaber. Die müssen doch auch Titel kennen, die ihr Zentraleinkauf vielleicht nicht gelistet hat. **cas**

Das ganze Interview unter boersenblatt.net/318127/