

# Akademische Buchhandlung Calvör

## Wie der Buchhandel herausgefordert und verändert wird

„Je mehr sich um den Kuchen bemühen, desto kleiner wird das Stück“, erklärt Eckart Kohl, ein wehmütiges Lächeln im Gesicht. Anders als seine Aussage vermuten lässt, handelt es sich bei dem bebrillten, grauhaarigen Mann im Rollkragenpullover jedoch weder um das Mitglied einer Großfamilie noch um einen Angestellten in einem beliebten Café, sondern um einen Buchhändler.

70 Quadratmeter groß ist sein Reich, die „Akademische Buchhandlung Calvör“, in der Göttinger Jüdenstraße / Ecke Theaterstraße. Im Geschäft ist es zu dieser Zeit, an einem Montag-nachmittag, ruhig. Die vorsichtig eingesetzte Beleuchtung versteht sich gut mit dem unaufdringlichen Geruch nach Papier. Gleich kommt der Wunsch auf, sich in eines der Bücher zu versenken. Schätzungsweise 6000 sind es, die sich im Laden befinden und die Mehrzahl von ihnen ist in schwarzen, bis hinauf zur Decke ragenden Regalen untergebracht. Sie beherbergen „schöne Literatur“, wie Kohl es ausdrückt. Neben Reiseliteratur und den Themengebieten Geschichte, Zeitgeschehen und Politik umfasst dies einige Kinder- und Jugendbücher sowie die obligatorischen Reclam-Hefte.

Obwohl er nicht alle Bücher selbst gelesen hat, steht er hinter der Mehrheit von ihnen, hat die Bücher nach seinem Geschmack zusammengestellt, sein Sortiment sortiert. Eckart Kohl schätzt diese Individualität der Einzelbuchhandlungen, nicht zuletzt, da er selbst so aufgewachsen ist: 1995 hat er das Geschäft von seinem Vater übernommen. Die „Akademische Buchhandlung“ existiert jedoch schon weitaus länger. Nachdem sie 1735 zeitgleich mit der Göttinger Universität gegründet wurde, erweiterte 1879 der damalige Käufer Calvör ihre Bezeichnung um seinen Nachnamen.

Kohl muss individuell sein in einer Stadt, die als diejenige mit den meisten Buchhandlungen je Einwohner gilt. In Göttingen hat es immer viele Buchhandlungen gegeben, aber vor allem in den letzten Jahren ist die Situation aufgrund der zwei großen Filialisten Thalia und Hugendubel für die umsatzschwächeren Händler mühsam geworden. Die Aufteilung des Kaufens werde durch die Schließung Hugendubels Anfang 2018 hoffentlich weniger problematisch. Es sei durchaus

vorteilhaft für „Calvör“, „wenn ein Großer weggeht“, sagt Kohl. Dennoch haben alle Geschäfte ihre Daseinsberechtigung. „Man muss nur sehen, dass man eine Nische findet, und in der Nische funktioniert es dann auch.“

Im Laufe der letzten Jahre ist allerdings eine Nische entstanden, die mittlerweile so groß ist, dass ihr der Titel „Nische“ eigentlich nicht mehr zusteht: der Internethandel. Dass der Klick bei Amazon häufig bequemer ist als der Besuch in der örtlichen Buchhandlung,



weiß Kohl. Mit Bedauern berichtet er von den Päckchen voller Bücher, die sein Geschäft für die studentischen Nachbarn häufig annimmt. Tatsächlich trug der Internethandel 2016 17,4 Prozent zum Umsatz des deutschen Buchmarkts bei und verbuchte damit im Vergleich zu Vorjahr ein Plus von 6,0 Prozent.

Die Digitalisierungswelle brachte außerdem E-Books auf den Markt, die den klassischen Büchern Konkurrenz machen: 2015 trugen sie 4,5 Prozent zum Buchumsatz bei, der Absatz stieg dabei um 4,7 Prozent. Dank der E-Books beobachtet der Inhaber aber auch eine „schöne Erscheinung“: Die traditionellen Bücher werden von den Verlagen besser ausgestattet, damit der Mehrwert des Lesestoffs sichtbar wird. Eckart Kohl greift zu einem Buch, dessen Einband in verschiedensten Blau- und Grüntönen changiert, um die aufwendige Gestaltung zu demonstrieren.

Als Verkäufer ist er andererseits dazu gezwungen, ein Stück weit mit der Digitalisierung zu gehen, indem er nun etwa im Netz erreichbar ist, genau wie die großen Filialisten. Diese versuchen, ein Multi-Channel-Prinzip umzusetzen; das heißt, sie wollen den Kunden auf möglichst vielen Kommunika-

tionskanälen erreichen.

Kohls Möglichkeiten hierbei sind begrenzt. Stattdessen möchte er das Persönliche in den Vordergrund stellen, „so dass der Kunde auch weiß, was er hier kriegt.“ Der Kontakt mit der Kundschaft ist in einer Einzelbuchhandlung essenziell – auch für die Kundschaft selbst. Vor allem bei Geschenken wünscht sie vermehrt eine persönliche Beratung. „Inzwischen hat es sich herumgesprochen, dass wir oft ein glückliches Händchen hatten“, berichtet Kohl zufrieden. Viele Menschen,

die eine kleine Buchhandlung aufsuchen, möchten wirklich über die Bücher sprechen; sie haben vielleicht die letzte Buchbesprechung in der F.A.Z. oder eine andere Rezension gelesen, und wollen dazu dann Kohls Meinung hören. Den nachlassenden Wunsch nach persönlicher Beratung spüre er daher bei seiner Kundschaft nicht.

„Seine“ Kundschaft setze sich zusammen aus vielen Stammkunden, sei aber ansonsten schwierig einzuordnen. Er probiert es mit „einem eher akademischen Publikum, 40 plus...“, seine Mitarbeiterin wirft hingegen ein entschiedenes „gemischt“ in den Raum, sie bemerke beispielsweise immer mehr junge Kunden.

Und das, obwohl es oft so scheint, als ließe das Interesse an Büchern nach, weil sich inzwischen viele neue Unterhaltungsmedien bieten. Auch Kohl hat den Eindruck, dass weniger gelesen wird und es schwierig ist, die Menschen fürs Lesen zu begeistern. Trotzdem erfahren Bücher weiterhin eine große Wertschätzung. „Ein Buch ist Ware, aber auch Inhalt“, sagt Eckart Kohl, „und Buchhandlungen haben traditionell etwas von Kulturvermittlung.“ Damit schließt er sich den Worten Helmut Schmidts an, der Buchhandlungen einst als „geistige Tankstellen“ bezeichnete. Die

Bedeutung, die den gedruckten Buchstaben nach wie vor beigemessen wird, zeige sich nicht zuletzt am ermäßigten Mehrwertsteuersatz von 7 Prozent, der für sie wie für Nahrungsmittel gilt.

Die Euphorie geht sogar so weit, dass bisweilen von einer „Renaissance des stationären Buchhandels“ gesprochen wird. Blickt man auf die aktuellen Zahlen, scheint diese Bezeichnung dagegen wenig passend: Die Anzahl der Buchhandlungsunternehmen mit Standort in Deutschland ging von 2002 auf 2012 um 10 Prozent zurück; seit 2006 werden jährlich mehr Unternehmen geschlossen als neu gegründet. Eckart Kohl steht dem Ausdruck „Renaissance“ jedenfalls kritisch gegenüber. Er gelte möglicherweise für die Großstädte, wenn sich wie in Berlin in einem Stadtviertel bloß wenige Buchhandlungen befinden – „aber fürs platte Land ist es schwierig.“ Existenzängste sind dennoch fehl am Platz: Maßnahmen wie das Preisbindungsgesetz verhindern einen für die kleinen Buchhandlungen gefährlichen Preiswettbewerb, weil ein Buch überall dasselbe kosten muss. Und es sind gar keine gesetzlichen Maßnahmen nötig, da die Bürger ihre Einzelbuchhandlungen schlicht behalten wollen. Kohl stellt fest: „Man kann nicht in einer Stadt eine Infrastruktur von netten Läden haben wollen und gleichzeitig im Internet kaufen.“ Die Bürger scheinen sich dieser Tatsache bewusst zu werden, sodass sie sich der Bequemlichkeit mitunter widersetzen und den Gang in die Stadt in Kauf nehmen.

Nicht grundlos ist der deutsche Buchmarkt nach dem US-amerikanischen der zweitgrößte der Welt: Die Deutschen lesen, verschenken, schreiben und übersetzen Bücher auch in Zeiten, die Herausforderungen mit sich bringen.

Statt mit der Geschichte des Buchhandels abzuschließen, sie zurück ins Regal zu stellen und zu vergessen, muss man einfach nur umblättern, weil das nächste Kapitel bereits wartet. Ob es ein Happy End geben wird, steht noch in den Sternen, aber sicher ist, dass die Geschichte noch nicht zu Ende ist.

Emilia Dette (12 Jg.)

[Der Artikel ist im Rahmen des F.A.Z.-Projekts „Jugend schreibt“ entstanden und in der „Kleinen Zeitung“ erschienen.]