

Den Markt aktiv gestalten

Hugendubel Die Fusion mit Weltbild ist eine Zäsur in der Geschichte des Familienunternehmens. Nina und Maximilian Hugendubel über die Gründe.

Zur Person

Maximilian Hugendubel, Jahrgang 1968, studierte nach einer Buchhandelslehre Jura. Nachdem er drei Jahre für die Unternehmensberatung Bain & Company gearbeitet hatte, trat er 2001 in das Buchhandelsunternehmen seines Vaters, Heinrich Hugendubel, ein. Seit 2003 ist er einer von fünf Geschäftsführern, zuständig für die Bereiche Finanzen und Informationstechnologie.

Nina Hugendubel, geboren 1970, absolvierte eine Buchhandelslehre und studierte anschließend Politik, Ökonomie und Philosophie. Nach Beschäftigungen bei Time Warner in New York und der Holtzbrinck-Gruppe wechselte sie 2001 zu Hugendubel. Seit 2003 ist sie Geschäftsführerin, zuständig für Marketing und Vertrieb.



© privat

© Stefan Hauck

Ihrem Vater war Unabhängigkeit immer wichtig. Wie schwer ist es Ihnen gefallen, diese Unabhängigkeit des Unternehmens aufzugeben?

Nina Hugendubel: Unser Vater hat den deutschen Buchhandel geprägt und gestaltet. In diesem Sinne führen wir das Unternehmen fort, bieten unseren Mitarbeitern und unseren Partnern eine hervorragende Perspektive in einem immer schwieriger werdenden Markt. Entscheidend aus unserer Sicht ist, dass wir durch diese Allianz unser Profil und unsere Eigenständigkeit langfristig bewahren können.

Eine nüchterne wirtschaftliche Entscheidung, oder waren auch Emotionen mit im Spiel?

Maximilian Hugendubel: Natürlich spielen bei einer Entscheidung dieser Tragweite auch gewisse Emotionen eine Rolle. Aber als Unternehmer mit einer Verantwortung für 1 100 Mitarbeiter müssen Sie unternehmerisch denken. Und das heißt für uns, langfristige Perspektiven für Hugendubel zu schaffen, ohne dabei unsere Wurzeln zu kappen. Wir haben uns daher mit passenden Partnern zu einer starken Allianz mit sehr guter Zukunftsperspektive zusammengeschlossen.

Wie haben Ihre Mitarbeiter auf die Entscheidung reagiert?

Nina Hugendubel: Soweit wir es bisher mitbekommen haben, waren die Reaktionen unserer Mitarbeiter durchweg positiv bis be-

geistert. Denn durch die neue Unternehmensgruppe bieten sich ihnen viele neue Chancen, und sie haben die zukunftsgerichtete Dimension dieser Allianz begrüßt.

Wann wurde die Idee für das neue Gemeinschaftsunternehmen DBH geboren? Wie lange dauerte die Umsetzung?

Nina Hugendubel: Mein Bruder und ich haben schon länger darüber nachgedacht, was für unser Unternehmen die beste Zukunftsperspektive bietet. Von unserer Idee, die DBH gemeinsam mit Weltbild zu gründen, bis zur Umsetzung hat es nicht sehr lange gedauert, weil beide Partner von der Richtigkeit dieses Schritts absolut überzeugt waren und sich natürlich seit vielen Jahren kennen. Mein Vater hatte die Verbindung zur Verlagsgruppe Weltbild aufgebaut. Seitdem war die Beziehung von gegenseitigem Vertrauen geprägt, was das Ganze natürlich erleichtert und beschleunigt hat.

War es für Hugendubel langfristig überlebensnotwendig, einen starken Partner ins Boot zu holen?

Maximilian Hugendubel: Nein. Langfristig gesehen war es für uns aber auf jeden Fall sinnvoll, diese Allianz gemeinsam mit einem starken Partner zu gründen, um auch in Zukunft den Markt aktiv gestalten zu können.

Ist die »Star-Alliance« auch eine Reaktion auf die Marktentwicklung, sprich: die enorme Expansion von Thalia in den vergangenen Monaten?

Nina Hugendubel: Wir unternehmen grundsätzlich nichts gegen Thalia oder gegen andere Marktteilnehmer. Wir haben, wie bereits erwähnt, in den vergangenen Monaten den gesamten Buchmarkt betrachtet und uns Gedanken über eine intelligente Zukunftsrichtung gemacht. Unser Ziel war es, unser Profil sowie das anderer mittelständischer Buchhandlungen zu erhalten. Vor diesem Hintergrund ist die neu entstandene Verbundgruppe und diese Allianz starker, regional etablierter Buchhandlungen zu sehen.

Warum haben Sie die Konzernlösung gesucht und nicht eine Lösung mit ausschließlich mittelständischen Buchhandlungen?

Maximilian Hugendubel: Wir haben die Konzernlösung weder gesucht noch gefunden. Unser Modell ist im Kern partnerschaftlich und dezentral; die Holding nimmt keine operativen Aufgaben wahr. Die einzelnen Unternehmen bleiben rechtlich selbständig und behalten eine eigene Geschäftsführung. Die DBH ist deswegen eine Mittelstandslösung. Unsere neuen Partner Weiland und Buch Habel sehen dies genauso.

Werden die nächsten Hugendubel-Filialen wie geplant eröffnet?

Maximilian Hugendubel: Für Hugendubel und die geplanten Filialeröffnungen ändert sich nichts. Es bleibt beim Umzug unserer Filiale in Würzburg 2007, bei der Eröffnung einer Filiale in Stuttgart Anfang 2008 und der Eröffnung einer weiteren Filiale in Landshut im selben Jahr. Außerdem eröffnen wir 2008, wie bereits bekannt, in



© Andreas Breilwieser

Hannover eine Filiale unter der Marke Schmorl & von Seefeld.

Werden Sie das Expansionstempo erhöhen mit dem neuen Kapital im Rücken?

Nina Hugendubel: Wir müssen keiner Börsenlogik folgen und daher auch nicht im Quartalsrhythmus neue Erfolgsmeldungen, Neueröffnungen etc. verkünden. Auch weiterhin werden sich Expansionschancen für uns eröffnen, die wir jedoch wie bisher unter kaufmännischen und standortspezifischen Gesichtspunkten prüfen.

Verfolgen Sie auch künftig das Großflächen-Konzept?

Maximilian Hugendubel: Wir haben Flächen in unterschiedlichen Größenordnungen, den jeweiligen spezifischen Bedingungen entsprechend. Auch in Zukunft werden wir bei jedem neuen Standort sorgfältig abwägen, welcher der DBH-Partner aus Kundensicht in der jeweiligen Stadt die größten Marktchancen hat und welche Größe angemessen ist.

Sie können nun nicht mehr unabhängig über die Eröffnung neuer Filialen entscheiden. Wieviel Einfluss werden Sie im DBH-Beirat haben?

Maximilian Hugendubel: Der Beirat ist paritätisch besetzt. Jeder Einzelne von uns bringt dort eine Vielzahl von Erfahrungen ein, und

wir werden dort sicher die richtigen Entscheidungen treffen.

Werden Sie sich angesichts der Aufgaben in der Holding aus dem operativen Hugendubel-Geschäft ein Stück weit zurückziehen?

Nina Hugendubel: Nein. Denn es gilt ja, unser Geschäft mit 33 Filialen fortzuführen, die Neueröffnungen zu managen und die Vielzahl interner Projekte zu bewältigen.

Der DBH-Verbund ist offen für weitere Partner. Was können Sie potenziellen Partnern anbieten?

Nina Hugendubel: Wir bieten den Partnern ein Modell mit Zukunftsperspektive und vielfältigen gemeinsamen Ressourcen – etwa im Hinblick auf Expansionsmöglichkeiten oder bei der IT –, die im Verbund besser gebündelt werden können. Jeder Partner hat jederzeit Zugriff auf das kumulierte Know-how aller Partner. Ein guter Beleg für den Sinn und die Erfolgsaussichten unseres Modells war der Einstieg von Hugendubel bei der Buchhandlung Schmorl & von Seefeld in Hannover im vorigen Herbst. Engagements dieser Kategorie mit ähnlich gesinnten Buchhandlungen und -händlern, die gerade auch die Vielfalt des traditionellen Sortimentsbuchhandels zu erhalten helfen, streben wir auch mit der DBH an.

Tradition und Moderne: Hugendubel war in den 80er Jahren Vorreiter für ein völlig neues Konzept des Buchhandels

i DBH Buch Handels GmbH & Co. KG

Die neue Finanzholding ist ein Gemeinschaftsunternehmen, an dem Weltbild und Hugendubel zu je 50 Prozent beteiligt sind. Mit einem Umsatz von 672 Millionen Euro, 451 Buchhandlungen und knapp 3 500 Beschäftigten ist das Unternehmen die neue Nummer 1 im deutschen Buchmarkt. Zum 1. Januar 2007 übernimmt der neue Verbund 50,9 Prozent des Darmstädter Filialisten Buch Habel (58 Millionen Euro Umsatz, 19 Buchhandlungen) sowie 50,1 Prozent an dem Lübecker Unternehmen Weiland (66 Millionen Euro Umsatz, 24 Filialen). Unter dem Dach der DBH sollen alle regionalen Marken erhalten bleiben.

Interview: Eckart Baier