
BuchMarkt EXTRA

17.08.2006

Der Tag, an dem
Hugendubel und Weltbild
die Buchhandelslandschaft
neu definierten

Schöne neue Welt?

Die Buchhandelswelt hat sich verändert. THALIA ist nach Gründung der DBH von Hugendubel und Weltbild nur noch die Nummer Zwei im Markt. Und der BERTELSMANN CLUB ist der große Verlierer

Die Buchhandelswelt hat sich binnen Stunden und scheinbar ohne große Vorwarnung verändert (lediglich einige große Lieferanten sind schon gestern telefonisch informiert worden):

Der bisherige und unangefochtene Marktführer ist zur Nummer Zwei degradiert worden. Das wird ihn weniger wurmen, denn das kann künftig das Geldverdienen nur einfacher machen – einer der beiden Big Player wird schon auch für den anderen mit an der Schraube drehen.

Für die Verlage gibt es künftig noch weniger Spielraum zum Agieren – die Befürchtung wächst, dass ihnen zuletzt auch die großen Abnehmer bis in die Programme hinein diktieren. Gefühlsmäßig aber viel mehr betroffen sind die kleinen Sortimenter vor Ort, deren Ohnmacht noch deutlicher wird und die das Gefühl haben, künftig zwischen zwei großen Blöcken aufgerieben zu werden. Eine Kleinbuchhändlerin sagte uns deshalb wohl auch nur „Ach, wir Armen“.

Wirklich überrascht haben kann diese Entwicklung niemanden: Heinrich Hugendubel hatte schon einmal ganz kurz das große Ziel der unangefochtenen Markt-

führerschaft vor Augen, als man über die Fusion der eng befreundeten Firmen Thalia, Weiland und Hugendubel sprach. Sein

Nach dem Tod von Heinrich Hugendubel wurde immer wieder spekuliert, welche Ziele sich seine Kinder setzen



DBH – der neue Hugendubel-Weltbild-Konstrukt übernimmt 50,1 Prozent von Weiland und 50,9 Prozent von Habel.

Freund Jürgen Könnecke aber hatte kurzfristig das attraktivere Thalia-Angebot angenommen. Aus seiner Enttäuschung über das Scheitern dieser Pläne hat Heinrich Hugendubel (es war seine einzige wirkliche Niederlage) nie ein Hehl gemacht.

würden. Und natürlich wusste man immer, dass auf keinen Fall der große Wettbewerber Thalia zum Zuge kommen würde, falls die beiden verkaufen wollen würden: zu eng war und ist die Verbindung zu Weltbild über die gemeinsame Kette Weltbild plus.

Nun aber ist alles noch anders gekommen – und hat damit zu gleich das bislang fest zementiert scheinende Gefüge der Buchbranche völlig durcheinandergebracht und neu sortiert.

se schnell expandierende Kette irgendwann (rentabel) verkauft werden soll – nur jetzt scheint der richtige Zeitpunkt noch nicht gekommen, sich für eine der beiden großen Machtblöcke zu entscheiden.

Unser Korrespondent vor Ort: Dr. Ulrich Sodemann



Donnerstag, 10.30 Uhr mitten in München: Hugendubel und Weltbild hatten ins Dorint Sofitel Bayerpost geladen. Und zwar zu

einer Pressekonferenz, über dessen Inhalt im Vorfeld nichts durchgesickert war. Entsprechend gespannt waren die rund 20 Journalisten.

Maximilian Hugendubel übernahm über weite Strecken die Präsentation des gemeinsamen Vorhabens mit dem „harmlosen“ Kürzel DBH, und da war viel von den positiven Erfahrungen die Rede, die beide Partner schon mit ihrer Weltbild-Plus-Kooperation gemacht hatten, von Gemeinsamkeiten und von der Erhaltung der Vielfalt im mittelständischen Buchhandel. Weniger die Rede war davon, dass die DBH eine Marktmacht bündelt, die sie auf einen Schlag zum Spitzenreiter vor Thalia macht, dass darüber hinaus eine wohlgefüllte Kriegskasse und absolute Kreditwürdigkeit noch viele weitere Beteiligungen und Übernahmen möglich machen werden. Ebenfalls kaum angesprochen wurde die Tatsache, dass sich bei den Hugendubel-Buchhandlungen mit diesem Deal auch die Besitzverhältnisse drastisch verändert haben: Die DBH hält einen Anteil von vermutlich 50 Prozent an der Buchhandelsgruppe.

Zweifelnde Rückfragen zu der ausdrücklich nicht geplanten Einkaufsgemeinschaft beantwortete Carel Halff mit einem Exkurs über die gewachsenen und manchmal „komischen“ Konditionsgeflogenheiten in der Branche...

Und schließlich kam die heute obligatorische Frage nach neuen Arbeitsplätzen, die durch die neue Gesellschaft geschaffen werden. Auch hier ergriff Carel Halff das Wort und verwies fröhlich auf Martin Beer, der die Geschäftsführung der DBH als „Teilzeitjob“ erledigen wird.

Alles in allem wurde große Harmonie demonstriert, Gemeinschaftsgefühl und viel Zuversicht in die neue Kooperation.

Diese Marken gehören zur „Star Alliance“ der DBH

- Hugendubel
- Weltbild plus
- Weltbild!
- Jokers
- Wohlthat'sche
- Weiland
- Buch Habel

*Der größte Verlierer aber scheint der Bertelsmann Buchclub zu sein: Der hat eine strategische Chance verschlafen – weil immer noch das Wort von Reinhard Mohn gilt, der Konzern werde sich zu seinen Lebzeiten nicht buchhändlerisch betätigen?

Denn: Die nie so recht bekannt gewordenen Pläne, über den Club in den Handel einzusteigen, sind zuletzt von ganz oben gestoppt worden, obwohl die Verträge größtenteils schon unterschiftsreif waren. Der damalige Clubchef Rainer Wittenberg musste darüber gehen – und die Probleme beim Club sind seither nicht kleiner geworden.

Jährlich verliert der Club rund 300.000 Mitglieder; derzeit sind es höchstens noch 3,3 Mio. Pro Jahr treten 600.000 Mitglieder aus, nur 300.000 werden neu gewonnen – zu Kosten, über deren Sinn man rätseln darf: Heute erhält ein neu geworbenes Mitglied Bücher im Wert von 100 Euro (schon früher, als deren Wert bei nur 50 Euro lag, hat sich das nicht gerechnet).

Durch die Federführung von Weltbild wird zudem deutlich, dass auf allen Gebieten der Branche künftig die Augsburger den Ton angeben werden:

*Es stellt sich auch die Frage nach der Einkaufsmacht völlig neu, die schon jetzt genial das Geschäft und die Vermischung von Produktion, Versand und Handel beherrschen.

*Es wächst die Angst um die Preisbindung: Zwei Big Player könnten für sich allein entscheiden, ob sie daran festhalten wollen.

*Wird auch Buch & Kunst in diesen Verbund eintreten? Bekannt ist ja, dass die-

Vor diesem Hintergrund muss wirklich Freude aufkommen in Gütersloh; wenn man an die Weltbild-Eigenproduktionen und den gemeinsamen Einkauf aller Beteiligten denkt: Der Club muss künftig hilflos zusehen.

Und eine Sensation scheint sich noch in der heutigen Meldung zu verstecken: Sehr kurz nach dem Tod von Heinrich Hugendubel ist jetzt Weltbild in jeder Beziehung der Marktführer – wenn die neue Firma zu 50 Prozent Weltbild gehört, dann müssten eigentlich Nina und Dr. Maximilian Hugendubel Anteile verkauft haben! Oder rechnen wir falsch?

C.v.Z.

Buchhandelsvielfalt bewahren

Interview mit NINA HUGENDUBEL,
Geschäftsführerin Buchhandlung Hugendubel
und DBH-Beirats-Mitglied

BuchMarkt: *Wie konnte die sicher nicht unaufwendige Vorbereitung der DBH GmbH wirklich bis zuletzt top secret bleiben?*

Nina Hugendubel: Die Vorbereitungen sind auf den kleinsten Kreis beschränkt worden: Dr. Martin Beer (Leiter Unternehmensentwicklung Verlagsgruppe Weltbild), Carel Halff, meinen Bruder Maximilian und mich. Natürlich waren auch ein paar Wirtschaftsprüfer mit eingeweiht.

Was wird das Kartellamt dazu sagen?

Da hoffen wir auf Wohlwollen. Das Kartellamt sichtet die Unterlagen in den nächsten Wochen, aber da wir insgesamt bei einem Marktanteil von deutlich unter zehn Prozent bleiben, bin ich optimistisch.

Nach unseren Rechnungen haben Sie aber mit dem Umsatzvolumen Thalia jetzt überrundet?

Mit 672 Mio. Euro Umsatz allein in Deutschland ist das korrekt.

Ist die DBH als eine Art Pendant gegen die Marktmacht von Thalia geplant?

Wir haben keine Intention, etwas GEGEN jemanden zu unternehmen. Wir haben überlegt, was für uns das beste sein könnte. Die DBH ist ein ganz anderer Konstrukt als Thalia.



Der Name DBH ist nicht gerade sexy. Ist Ihnen da nichts besseres eingefallen?

Wir haben nach einem neutralen Namen gesucht, in dem auch keine der darin inte-

grierten Firmen eine Rolle spielt. Was uns an klangvollen Namen eingefallen war, ist leider nicht eintragungsfähig, und so haben wir uns auf dieses Kürzel geeinigt. Aber die DBH wird auch in der Öffentlichkeit nicht auffällig werden – es ist die Finanzholding, und die muss nicht unbedingt sexy klingen...

Ein bisschen drängt sich der Eindruck auf, dass die DBH auch eine Gesellschaft ist, die in Zukunft Buchhandlungskäufe unternehmen wird. Ist in dieser Richtung etwas in Planung?

Wir sind für alle Angebote offen und hoffen natürlich, dass weitere Buchhandlungen hinzukommen werden. Wir haben auch schon Gespräche geführt, aber es ist jetzt zu früh, um darüber schon zu sprechen.

Was schätzen Sie, wie wird sich die Branche durch Ihren Coup verändern?

Das lässt sich jetzt noch nicht sagen. Die Verlage, mit denen ich bislang gesprochen habe, haben sehr positiv reagiert. Wir bleiben ja dezentral organisiert und erhalten die alten Marken. Dadurch wollen wir die Vielfalt in der Buchhandelswelt bewahren.

**Die Fragen stellte Ulrich Faure
Foto-Copyright: Leonhardt**

Vielfalt statt Dachmarke

Interview mit Weltbild-Geschäftsführer CAREL HALFF zur Gründung der neuen DBH Buchhandelsholding

BuchMarkt: *Herr Halff, die Überraschung ist geglückt. Wie konnte der Coup denn so lange geheim bleiben?*

Carel Halff: Das Wort Coup ist in diesem Zusammenhang nicht so schön. Es freut mich, dass unser Vorhaben so lange unter der Decke bleiben konnte. Denn die Gespräche zwischen den Beteiligten waren nicht einfach und kurz. Sie gingen über viele Stationen. Es war gut, dass wir in aller Ruhe darüber reden konnten.

Seit wann reden Sie denn miteinander?

Die Partner Hugendubel und Weltbild reden schon lange miteinander und denken darüber nach, wie sie eine gute Zukunft für das Filialgeschäft gestalten können. Und mit den beiden anderen Firmeninhabern sind wir seit einigen Monaten im Gespräch.

Über welche Stationen ging das denn?

Schon seit geraumer Zeit reden in der Buchbranche alle mit allen. Alle haben das gleiche Anliegen: Was macht uns erfolgreich? Was sichert die Zukunft? Und welche Vorteile hat Weiland, hat Buch Habel, hat Hugendubel und haben wir? Am Ende stand dieses Modell.

Haben Sie bewusst etwas gegen das Konzept „Dachmarke“ von Thalia setzen wollen?

Die Initiative von Hugendubel richtet sich nicht gegen jemanden. Hier haben sich selbständige Mitbewerber zusammengefunden, die ihre Identität bewahren wollen. Darin sehen wir die Besonderheit. Aber sicher: Wir fahren da eine andere Strategie. Uns geht es um Vielfalt, nicht um Vereinheitlichung.

Wie ist die Konstruktion finanziert worden?



Es gab schon vor der DBH die Weltbild plus-Holding. Diese Gesellschaft gehörte zu 50 Prozent Weltbild und zu 50 Prozent Hugendubel. In diese Holding hat Hugendubel als Sacheinlage sein Filialgeschäft eingebracht und Weltbild in gleicher Höhe eine Kapitaleinlage. Weil diese Firma jetzt mehr repräsentiert als das versandhandelsgetriebene Weltbild plus-Geschäft, wurde der Name nun durch die Bezeichnung DBH Buch Handels GmbH & Co KG. ersetzt. Diese neue Gesellschaft hat dann die Anteile an Weiland und Buch Habel erworben.

Dann wurden die anderen Teilnehmer mit der Geldeinlage von Weltbild finanziert?

Ja. Die alte Weltbild Plus-Holding hätte die mehrheitliche Beteiligung an Buch Habel

und Weiland auch ohne die Beteiligung von Hugendubel finanzieren können. Aber so ist die Gesellschaft überdurchschnittlich mit Eigenkapital ausgestattet.

Werden Sie weitere Buchhandlungen kaufen?

Wir freuen uns auf weitere Gespräche und werden alle Angebote prüfen. Wir streben jedoch nicht nach einer bestimmten Größe. Wir sind keine Aktiengesellschaft und brauchen keine Wachstumsstory. Die letzten Wochen waren anstrengend genug, jetzt müssen wir unsere Hausaufgaben machen, etwa den Antrag beim Kartellamt vorbereiten und das Weihnachtsgeschäft angehen.

Werden jetzt zwei starke Buchhandelsmächte den Verlagen sagen können, welche Produkte marktgerecht sind?

Weltbild ist ja auch verlegerisch tätig. Das sind zwei Paar Stiefel. Das Verlagsgeschäft lebt vom Ungewöhnlichen und von der Überraschung. Nein, jeder macht, was er gut kann.

Bleibt der Einkauf dann dezentral?

Ja. Es geht hier um das Stichwort Preisbindung, die uns wichtig ist. Wir haben hier in der Branche besondere Spielregeln, die wir behalten wollen. Denn sie sind die Voraussetzung für das weitere Geschäft.

Wird das mehr Geld in die Kassen der kirchlichen Gesellschafter spülen?

Den Gesellschaftern von Weltbild geht es nicht so sehr um Geld, sondern darum, dass das Kulturgut Buch erhalten bleibt. Es geht um die Inhalte. Wenn sie Geld anlegen wollten, dann würden sie sich andere Finanzanlagen suchen.

Die Fragen stellte Matthias Koefler

Statement von Habel-Geschäftsführerin Sonja Leonhard

Wir haben uns bewusst für einen starken Partner entschieden. Mit der DBH können wir unsere lange Buchhandelstradition fortführen und die Existenz unseres Unternehmens langfristig sichern“, betont Sonja Leonhard. Seit über 130 Jahren hat Buch Habel in der Buchbranche seinen festen Platz. In den letzten Jahren wies die Gruppe mit 348 Beschäftigten am Stammsitz Darmstadt und weiteren Filialen in Hessen, Thüringen, Nordrhein-Westfalen sowie im Westen und Südwesten Deutschlands ein über dem Branchendurchschnitt liegendes Wachstum auf. 2005 belief sich der Umsatz des Unter-



nehmens auf 58 Mio. Euro. Die jüngste Filiale eröffnete Buch Habel im April 2004 im neuen Einkaufszentrum LAGO Shopping-Center in Konstanz. Name und Filialkonzept bleiben auch nach der Übernahme unverändert. Auch für die Beschäftigten sollen sich durch die Umbildungen im Gesellschafterkreis keine Veränderungen ergeben. Markenzeichen von Buch Habel sind neben einem breiten Buchsortiment und sorgfältiger Titelauswahl unter anderem ein kompetentes und fachlich versiertes Buchhändlerteam sowie Aktions- und Veranstaltungsprogramme.

Stärkere Einkaufsmacht versus gleich gebliebener Verkaufsmacht

Interview mit GUDRUN BOLDUAN, Geschäftsführerin im Verleger-Ausschuss des Börsenvereins zur neuen Buchhandelsmacht DBH

BuchMarkt: Was bedeutet der Zusammenschluss der DBH für die Verlage?



Bolduan: Jetzt tritt eine stärker gewordene Einkaufsmacht einer gleich gebliebenen Verkaufsmacht gegenüber. Dass die Verlage darüber nicht glücklich sein können, ist klar. Zur Zeit können wir

nichts anderes tun als die Auswirkungen des Zusammenschlusses zu verfolgen.

Bisher gingen die Spekulationen davon aus, dass zunächst drei Player den Markt beherrschen würden, jetzt sind es nur zwei. Haben Sie das so erwartet und werden sich die Verlage mehr zu-

sammenschließen, um auf Konditionsverhandlungen reagieren zu können?

Ich denke, dass das langfristig zu erwarten war. Vielleicht nicht ganz so schnell. Schon jetzt tauschen sich die Verlage aus. Ob sie das auch zum Thema Konditionen tun werden, muss jetzt geprüft werden.

Werden die Verlage gut beraten sein, jetzt die kleinen Sortimenter weiter zu unterstützen?

Die Profile der kleinen und mittleren Buchhandlungen müssen auf jeden Fall immer weiter geschärft werden, um sich von den Großen abzuheben. Die Verlage haben großes Interesse daran, dass die Vielfalt der Buchhandelslandschaft erhalten bleibt, deshalb werden die Verlage die Buchhandlungen dabei sicher unterstützen.

Statement von Rowohlt-Marketingleiter Lutz Kettmann



Es ist nicht ganz überraschend, dass die Konzentration im Buchhandel voranschreitet und angesichts der Expansion von Thalia auch andere große Buchhandels-Unternehmen über ihr weiteres Wachstum nachdenken. Wenn sich gleich starke Gruppen bilden, die einer Monopolisierung des Buchhandels entgegenwirken und die Vielfalt des mittelständischen Buchhandels gesichert werden soll, ist dies ein neues Modell, das wir begrüßen.“

Annemarie Schneider, Sprecherin des Arbeitskreises Kleine Sortimentere (AKS) im Börsenverein



Wie sehen Sie die Entwicklung?

Ich denke, das ist eine gradlinige Entwicklung, die nicht aufzuhalten war. Erstaunlich ist, wie weitreichend die Entwicklung jetzt vorangeschritten ist. Für uns kleinere und unabhängige Sortimentere ändert sich aber nicht viel. Wir müssen unsere Stärken pflegen, und weiter an unserer Professionalität arbeiten.

Bedeutet das amerikanische Verhältnisse und die Kleinen müssen eigene Interessensvertretungen gründen?

Die Tendenz geht ja bisher schon in die Richtung. Mit AKS, AUB und den Einkaufsgemeinschaften nehmen die Kleinen ihre Interessen wahr.

Hat sich der dreiteilige Verband überlebt?

Nein. Die Interessen gehen vielleicht auseinander, aber trotzdem heißt das nicht, dass wir die Dreiteiligkeit des Verbandes aufgeben müssen. Ich hoffe, dass sie hält, wir haben genügend gemeinsame Interessen.

Stellungnahme der Arbeitsgemeinschaft Unabhängiger Buchhandlungen (AUB)

Der heute bekannt gegebene Zusammenschluss der Unternehmensgruppen Hugendubel und Weltbild mit der gleichzeitigen Übernahme der mittelständischen Buchhandlungen Weiland, Wohlthat und Habel zur DBH GmbH & Co. KG hat im deutschen Buchhandel eingeschlagen wie eine Bombe.



Folkert Roggenkamp

Die Stoßrichtung, der aggressiv expandierenden Thalia-Gruppe einen noch mächtigeren Widerpart entgegenzusetzen, setzt einen neuen und in diesen Dimensionen nicht erwarteten Maßstab in Sachen Konzentrationsprozess im deutschen Buchhandel. Auch wenn die Details der Zusammenarbeit noch unklar sind, zeichnen sich bereits jetzt die Konturen einer unheilvollen Entwicklung ab.

Die im März dieses Jahres gegründete Arbeitsgemeinschaft Unabhängiger Buchhandlungen (AUB) blickt deshalb mit großer Skepsis auf diesen Zusammenschluss. So sollen die Kunden „nach wie vor ‚ihren‘ Buchhändler in ihrer Heimatstadt“ besuchen (Nina Hugendubel), ohne zu bemerken, dass es sich bei „ihrem“ Buchhändler um den Angestellten des derzeit mächtigsten Konglomerats auf dem deutschen Buchmarkt handelt. Die vielgerühmte Vielfalt im deutschen Buchhandel wird so schamlos als bloße Fassade vermarktet, hinter der „übergreifende Kompetenzteams (...) die Themen IT, Warenwirtschaft und Standortauswahl“ (!) bearbeiten.

Wo alle relevanten Entscheidungen tatsächlich getroffen werden, ist klar: im – der katholischen Kirche gehörenden – Konzern Weltbild und der Eigentümerfamilie Hugendubel. Dass dort die Expansionslandkarte gezeichnet wird und die unteren Ebenen ihre Selbständigkeit in zentralen Fragen einbüßen, ist offenkundig. Vor diesem Hintergrund erscheint die Einladung an weitere Buchhandlungen, Partner der

DBH zu werden, als blanker Hohn. Auch die seitens der DBH erwähnte „strikte Trennung im Einkauf“ klingt in diesem Licht wie eine bloße Schutzbehauptung, die im Zuge einer planmäßigen Kooperation alsbald fallen wird. Mit seiner Nachfragemacht wird das neue Konglomerat ebenso aggressiv an die Verlage herantreten, wie es Kon-

kurrent „Thalia“ bereits vorgeführt hat. Die AUB hat in den letzten Monaten immer wieder auf die Probleme hingewiesen, die sich aus ineffizienten logistischen Verhaltensweisen und wirtschaftlich ineffektiven Konditionssystemen ergeben. Dass die Großen der Branche hieraus ihre Konsequenzen ziehen, ist wenig verwunderlich. Umso mehr fordert die AUB die Branchenteilnehmer in den Verlagen und Auslieferungen auf, das Überleben der Vielfalt im deutschen Buchhandel, die durch die Vielzahl der tatsächlich unabhängigen Buchhandlungen gewährleistet wird, mit konsequenter Rationalisierung und Gewährung auskömmlicher Konditionen bewahren zu helfen.

Ausdruck schierer Hilflosigkeit ist die enttäuschende Stellungnahme des Börsenvereins des Deutschen Buchhandels, wonach die „Geschäftsstrategien einzelner Mitglieder nicht Thema für Stellungnahmen des Börsenvereins“ seien. Mit dieser Haltung kapituliert der Börsenvereinsvorstand vor der „Macht des Faktischen“, oder sagen wir es genauer: vor der neuen Macht der Konzerne im deutschen Buchhandel, dessen „einzigartige Vielfalt zu bewahren“ doch seine Kernaufgabe ist.

Für die Arbeitsgemeinschaft Unabhängiger Buchhandlungen (AUB), Hartwig Bögeholz, Jürmker Bücherstube GmbH, Bielefeld
Folkert Roggenkamp, Buchhandlung Osthus GmbH & Co. KG, Gütersloh

Statement von Volker Gollenia, ZMV Medien Vertriebs GmbH, Köln



Beim Lesen der Reaktionen fragt man sich unwillkürlich: Was hat man denn erwartet? Dass sich Thalia alleine nach und nach flächendeckend aufstellt,

mittlere und kleinere Filialisten an sich bindet und die restlichen, ehemals auf Augenhöhe operierenden Filialisten seelenruhig zusehen?

Seit Jahren warte ich auf genau diese Konstellation, die m.E. auch so noch nicht das Ende der Zusammenschlüsse bedeutet. Ein „big bang“ allenfalls hinsichtlich der bisher sehr gut verheimlichten Vorgespräche und Verhandlungen. Ich kann mir nicht vorstellen, dass dieser Schritt für die Verlage und Sortimente so überraschend kommt, haben doch die hier zusammengeschlossenen Firmen seit Jahren gemeinsame Aktivitäten entfaltet und dies durchaus auch verstärkt. Neuestes Beispiel ist die Kooperation zwischen Weltbild und Mayersche, auch wenn dort kein Zusammenschluss erfolgt ist. Bis jetzt...

Bedrohlich wird die Situation natürlich noch mehr für die sogenannten „Kleinen“ oder sagen wir „Freien“, da diese sich nun zwei flächendeckenden und -besetzenden „Großen“ gegenübersehen (auch, wenn zunächst die Aufstellung der DBH anders ist – bei Thalia und Phoenix fing das ähnlich an...)

Der Druck auf die verbliebenen „Freien“ wird nun noch stärker werden, letztlich aber auch die Chance, sich im Markt abzuheben. Im Grunde zeigen aber die Zusammenschlüsse auf allen Ebenen, so doch auch in LG- oder eBuch und in Arbeitsgemeinschaften, dass man gemeinsam Synergieeffekte nutzen kann und daraus Wettbewerbsvorteile zu erzielen gedenkt. Was auf Verlagsseite schon lange keine Verwunderung mehr auslöst, ist mittlerweile auch auf der Handelsseite ins Rollen gekommen. Im Vergleich zu anderen Branchen ist das immer noch moderat. Es bleibt insofern spannend.

Der Tag, an dem Hugendubel und Weltbild die Buchhandelslandschaft neu definierten – das Szenario:

**16.8. 2006,
10.14 Uhr:**

Eine gemeinsame Mail von Hugendubel und Weltbild kündigt eine Pressekonferenz für den nächsten Vormittag im Münchner Dorint Sofitel Bayerpost-Hotel an. Zur Pressekonferenz stehen die geschäftsführenden Gesellschafter Nina Hugendubel und Dr. Maximilian Hugendubel, Carel Halff (Vorsitzender der Geschäftsführung der Verlagsgruppe Weltbild) und Dr. Martin Beer (Leiter Unternehmensentwicklung Verlagsgruppe Weltbild) den Journalisten Rede und Antwort „über wichtige – das Filialgeschäft betreffende – Veränderungen in der Zusammenarbeit“, wie es in der Einladung heißt.

**17.8. 2006,
10.33 Uhr:**

Unser Korrespondent Dr. Ulrich Sodemann meldet sich mit dem Handy aus der Pressekonferenz: „Die neugegründete DBH GmbH & Co. KG bündelt künftig das stationäre Geschäft von Hugendubel, Weltbild plus und Wohltat'scher Buchhandlung. Weiland und Buch Habel sind als weitere Partner avisiert. Insgesamt 441 Buchhandlungen mit 3.436 Beschäftigten sollen in diesem Konstrukt die „Star Alliance“-Idee in den Buchhandel tragen.

**17.8. 2006,
11.08 Uhr:**

Die neu entstandene DBH Buch



Der DBH-Beirat v.l. auf der historischen Pressekonferenz: Carel Halff, Martin Beer, Nina Hugendubel, Maximilian Hugendubel

Handels GmbH & Co. KG – ein Zusammenschluss der inhabergeführten Münchner Buchhandlung Hugendubel und der Verlagsgruppe Weltbild (Augsburg) –, die gerade eben auf der Weltbild-Hugendubel-Pressekonferenz vorgestellt wird, wird beim Darmstädter Buchhandelsunternehmen Buch Habel einsteigen, meldet das Unternehmen. Zu Buch Habel zählen bundesweit 19 Buchhandlungen. Ab 1. Januar 2007 übernimmt die DBH 50,9 Prozent der Anteile an der traditionsreichen Firma, die auch nach der Übernahme durch die Geschäftsführerin Sonja Leonhard unter dem bisherigen Namen weitergeführt wird.

**17.8. 2006,
11.22 Uhr:**

Neuer Geschäftsführer der DBH Buch Handels GmbH & Co. KG, die Synergien bei IT und Warenwirtschaft schaffen will, ist Dr. Martin Beer (Leiter Unternehmensentwicklung Verlags-

gruppe Weltbild). Im Beirat sitzen Nina und Maximilian Hugendubel, Weltbild-Geschäftsführer Carel Halff und Martin Beer selbst. Die DBH ist nicht nur, wie eben gemeldet – Mehrheitsgesellschafter bei Habel, sondern auch bei Weiland, wie eben in München zur PK bekannt gegeben wurde.

**17.8. 2006,
11.38 Uhr:**

Die offizielle Presseerklärung wird veröffentlicht: „Die Münchner Buchhandlung Hugendubel GmbH & Co. KG und die Augsburger Verlagsgruppe Weltbild GmbH bauen ihre bewährte Partnerschaft weiter aus, heißt es in der eben veröffentlichten Weltbild-Presseerklärung. Sie führen ihr Filialgeschäft unter dem Dach der Finanzholding DBH Buch Handels GmbH & Co. KG zusammen. Die neue Gruppe wird sich an zwei mittelständischen Buch-

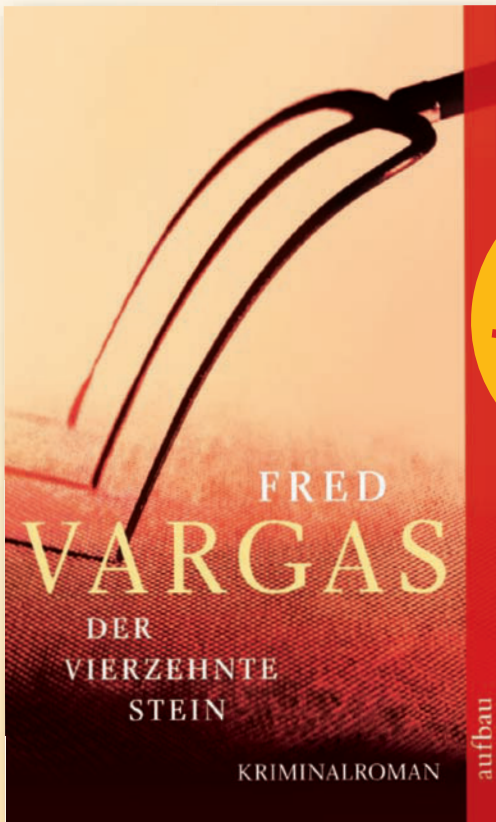
handlungen beteiligen, der Buch Habel GmbH & Co. KG (Darmstadt) und der Weiland GmbH & Co. KG (Lübeck).“

**17.8. 2006,
14.40 Uhr:**

Unter dem Titel „Zukunft der Traditionsbuchhandlung Weiland langfristig gesichert“, äußert sich jetzt auch die Buchhandlung Weiland: „Die neu entstandene DBH Buch Handels GmbH & Co. KG wird beim Lübecker Buchhandelsunternehmen Weiland einsteigen. Zu der Buchhandlung Weiland GmbH & Co. KG zählen 24 Buchhäuser und -handlungen in Norddeutschland. Die DBH übernimmt ab 1. Januar 2007 50,1 Prozent der Anteile an der traditionsreichen Firma, die auch nach der Übernahme durch den Geschäftsführer Henning Hamkens weitergeführt wird. Weiland zählt zu den zehn größten deutschen Buchhandlungen, beschäftigt 450 Mitarbeiter und wies zuletzt einen Jahresumsatz von 66 Mio. Euro aus.“ Was auch nicht jeder in der Branche wusste: Die Familien Hamkens und Hugendubel sind bereits über Generationen hinweg miteinander befreundet und pflegen seit jeher einen regen Austausch. So ist diese strategische Allianz eine logische Schlussfolgerung aus dieser Freundschaft und identischer Sichtweisen den Buchmarkt betreffend.

VARGAS

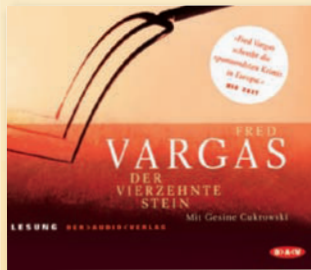
macht süchtig



Das Buch

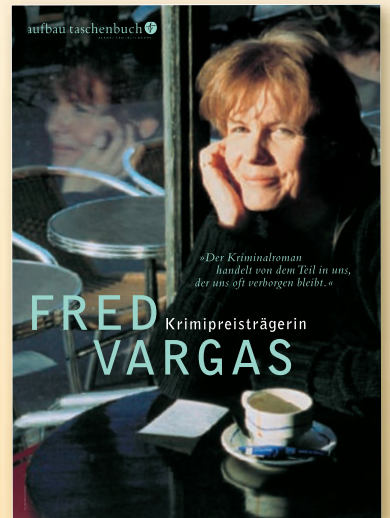
ISBN 3-7466-2275-1. €9,95. Erscheint September

Startauflage
100.000
Exemplare



Das Hörbuch

ISBN 3-89813-515-2. 5 CDs. €19,95



Das Plakat

Bestell-Nr. 89 445

DIE ANZEIGENKAMPAGNE



DER SPIEGEL

DIE ZEIT

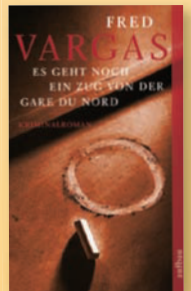
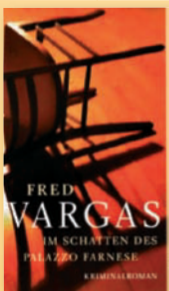
Brigitte

Die Bahn **DB**

Ihr Reiseplan

Brigitte
woman

Süddeutsche Zeitung
MAGAZIN



Die Backlistaktion

Aktionspakete (groß & klein), attraktive Aktions-Konditionen

aufbau taschenbuch 

AUFBAU VERLAGSGRUPPE

Bestellungen: VVA | Tel. (05241) 80 40 395 bzw. 80 14 58 Fax (05241) 80 66 959

Auslieferungen: VVA (D) | Mohr Morawa (A) | Balmer Bücherdienst (CH)