

Hier findet der Auftakt der Roadshow statt: In der Buchhandlung an der Marktkirche in Hannover wird am 30. September Sortimentern Hintergrundwissen für den Verkauf der Warengruppe Religion vermittelt



Roadshow Religion

Wenn Kunden nach einer Bibel fragen und Buchhändler die Unterschiede zwischen den Ausgaben selbst nicht so recht erklären können, dann gibt es Handlungsbedarf. Mehrere Partner laden jetzt zu einer Verkaufsschulung für das Sortiment ein – um das Potenzial religiöser Literatur aufzuzeigen.

 STEFAN HAUCK

➔ Lässt sich eine Schulung rund um die religiöse Literatur und die Bibel auf die Beine stellen? Dazu gingen in jüngster Zeit beim Vorstand des Evangelischen Medienverbands in Deutschland (EMVD) immer mehr Anfragen aus dem Sortiment ein. Vor allem in der Buchhändlergeneration unter 40 und bei Auszubildenden würden elementare Kenntnisse zur christlichen Religion fehlen, so die Feststellung.

»Da sich die Altersstruktur der Kunden im Sortimentsbuchhandel jedoch deutlich in Richtung 60 plus verschiebt, entgeht dem Buchhandel und den Verlagen hier ein Umsatz, der nur zum Teil über andere Vertriebswege wie Versender oder Onlinehändler ersetzt werden kann«, sagt die Göttinger Verlegerin Reinhilde Ruprecht, stellvertretende Vorsitzende des EMVD.

Auffrischung in Warenkunde Mit einer Roadshow Religion wollen mehrere Partner nun Abhilfe schaffen – dazu gehören neben dem EMVD auch der Börsenverein, die Vereinigung Evangelischer Buchhändler und Verleger (VEB) und der Katholische Medienverband (KM). »Die Roadshow soll keinesfalls eine Missionsveranstaltung werden, sondern eine unterhaltliche Schulung für Buchhändler, wie man religiöse Literatur verkaufen kann – immerhin sind 55 Prozent der Bundesbürger Mitglied in einer christlichen Kirche«, erläutert Folkert Roggenkamp, Verlagsleiter der Deutschen Bibelgesellschaft – »und auch die Zahl der Menschen, die zwar kein Mitglied, aber gleichwohl christlich orientiert sind, dürfte hoch sein.«

Das verlagsübergreifende Projekt soll über den Umsatz und die Entwicklung der religiösen Warengruppen informieren, die

Käufer-Zielgruppen näher betrachten und die Sortimenter für die »Jahreszeiten« religiöser Themen sensibilisieren. Weitere Aspekte der Veranstaltung: Welche Bibelausgaben, welche Besonderheiten, Geschenkanlässe und Bestseller gibt es überhaupt? Und wie kann man das religiöse Sortiment pflegen und ausbauen? Neben Antworten gibt es einen Imbiss zur Stärkung und reichlich Gelegenheit zum informellen Austausch.

Auftakt in Hannover Vier Treffen sind noch in diesem Jahr geplant. Auftakt wird am 30. September in der Buchhandlung in der Marktkirche in Hannover sein, ein weiteres Treffen findet am 7. November bei der Deutschen Bibelgesellschaft in Stuttgart statt. Weitere Termine folgen. Die Landesverbände des Börsenvereins laden alle Mitglieder schriftlich dazu ein, wie Maren Ongsiek berichtet, die bei den Fachausschüssen des Börsenvereins das Ressort Buchhandel leitet.

Auf Verlagsseite schon mit im Boot: das Katholische Bibelwerk, die Deutsche Bibelgesellschaft, die Edition Ruprecht, Herder, Bene!, Echter, Vier Türme und Vandenhoeck & Ruprecht/Böhlau – mit Autoren, die zu den Veranstaltungen eingeladen werden können, und mit Buchgeschenken für die Teilnehmerinnen und Teilnehmer. Derzeit laufen darüber hinaus Gespräche mit Buchhandlungen, die gern eine Inhouse-Schulung hätten, um ihre Kunden mit größerer religiöser Sachkenntnis beraten zu können. »Letztlich geht es darum«, so Verlegerin Reinhilde Ruprecht, »die vielen Angebote der christlich orientierten Verlage zu zeigen und die gemeinsamen Umsätze zu steigern.« 