

Fertigkeiten, Kenntnisse und Fähigkeiten in der buchhändlerischen Praxis



Eine Studie zur Umfrage
des Referats Berufsbildung im
Börsenverein des Deutschen Buchhandels

Börsenverein des Deutschen Buchhandels



Inhalt

1. Ziel der Studie.....	3
2. Methode	4
2.1 Fragebogen.....	4
2.2 Statistik.....	6
3. Einschätzungen von Tätigkeiten und Kenntnissen.....	7
3.1 Recherche und Informationsbeschaffung.....	7
3.2 Neue Produkte und Datenträger	8
3.3 Vertrieb von Gebrauchtbüchern	9
3.4 Betriebswirtschaftliche Fachkenntnisse.....	10
3.5 Versandhandel und Rechnungsgeschäft.....	11
3.6 Elektronische Warenwirtschaft	12
3.7 Marktanalyse und Zielgruppenbestimmung.....	13
3.8 Verwendung neuer Medien	14
3.9 Allgemeinbildung.....	15
3.10 Erschließung neuer Vertriebswege	16
4. Einschätzungen von Kompetenzen	17
4.1 Spaß am Erfolg	17
4.2 Zielgruppenorientiertes Verkaufen	18
4.3 Aktives Zugehen auf den Kunden	19
4.4 Guten Service bieten wollen.....	20
4.5 Arbeiten im Team.....	21
4.6 Trends erkennen und aufgreifen	22
4.7 Anwenden von Fremdsprachen	23
4.8 Kreativität und Ideen einbringen.....	24
4.9 Umgang mit neuen Technologien	25
4.10 Kaufmännisches Denken	26
4.11 Titelwissen erweitern.....	27
4.12 Freundlichkeit und gute Umgangsformen.....	28
5. Bezeichnung des Berufsbilds der Zukunft.....	29
6. Fazit.....	32

1. Ziel der Studie

Die Themen „Bildung und Wissen“ erfahren im Börsenverein des Deutschen Buchhandels eine neue Positionierung: Sie sind für die Jahre 2008 bis 2011 die Kernthemen des Verbandes. Als Kulturbranche erfüllen wir unseren kulturpolitischen Auftrag, unsere Branche steht wie keine andere Branche für „Bildung und Wissen“. Dennoch: warum „Bildung und Wissen“ und warum jetzt?

Derzeit erleben wir das wachsende Nebeneinander von gedrucktem Buch und vielfältigen anderen Wiedergabemedien, wirtschaftliche Konzentrationsprozesse und den Wandel vom Einzelhandel hin zu vielfältigen Unternehmensstrukturen. Unabhängige Buchhandlungen neben großen Medienhändlern, Fachsortimenter neben Internethändlern – diese unterschiedlichen Anforderungen in Fach- und Vertriebskompetenzen stellen auch neue Aufgaben an die Aus- und Fortbildung in unserer Branche. Überdies zeigt die demografische Entwicklung und der daraus resultierende Nachwuchs- und Fachkräftemangel, dass Bildungsarbeit zum Zukunftsfaktor für unsere gesamte Branche geworden ist.

Es gilt in der Aus- und Fortbildung, die richtigen und damit zukunftsweisenden Angebote zu machen. Durch Qualifizierung und die Entwicklung von Fähigkeiten können wir den Wandel mitgestalten, daraus wachsen und nachhaltige Erfolge erzielen. Wie können wir den Branchennachwuchs besser in die Zukunft begleiten? Auch in der Neupositionierung des Berufsbilds im Buchhandel ist es wichtig, die veränderte Berufspraxis mit zu bedenken.

Um sich ein klareres Bild über die heutige Berufspraxis aus Sicht der Buchhändler- und Auszubildenden zu machen, hat das Referat Berufsbildung des Börsenvereins des Deutschen Buchhandels eine repräsentative Umfrage durchgeführt. Welche Fertigkeiten und Kenntnisse sind heute in der Berufspraxis im Buchhandel unerlässlich geworden, müssen gelernt und angewandt werden? Welche Kompetenzen sind bedeutsam?

Bundesweit wurden Buchhändlerinnen und Buchhändler im verbreitenden Buchhandel und Auszubildende an Berufsschulen befragt und deren Antworten separat voneinander ausgewertet.

2. Methode

2.1 Fragebogen

In der Repräsentativbefragung sollte die Einschätzung der aufgeführten Punkte in folgenden Kategorien erfolgen:

sehr bedeutsam, bedeutsam, weniger bedeutsam, unbedeutsam
--

Folgende Fragen wurden gestellt:

- Ø In der Tabelle sind **buchhändlerische Tätigkeiten und Kenntnisse** aufgelistet. Schätzen Sie die Bedeutsamkeit der aufgeführten Punkte für die Buch- und Medienbranche ein.

- § Recherche und Informationsbeschaffung
- § Neue Produkte und elektronische Datenträger
- § Vertrieb von Gebrauchtbüchern
- § Betriebswirtschaftliche Fachkenntnisse
- § Versandhandel und Rechnungsgeschäft
- § Elektronische Warenwirtschaft
- § Marktanalyse und Zielgruppenbestimmung
- § Verwendung neuer Medien
- § Allgemeinbildung
- § Erschließung neuer Vertriebswege
- § Sonstige

- Ø Der sich verändernde Buch- und Medienhandel stellt wachsende Anforderungen an den Händler/ die Händlerin der Zukunft. Bewerten Sie nun die Bedeutsamkeit der angeführten **Kompetenzen**.

- § Spaß am Erfolg
- § Zielgruppenorientiertes Verkaufen
- § Aktives Zugehen auf den Kunden
- § Guten Service bieten wollen
- § Arbeiten im Team
- § Trends erkennen und aufgreifen
- § Anwenden von Fremdsprachen
- § Kreativität und Ideen einbringen
- § Umgang mit neuen Technologien
- § Kaufmännisches Denken
- § Titelwissen erweitern
- § Freundlichkeit und gute Umgangsformen
- § Sonstige

2. Methode: Fragebogen

Ø Stellen Sie sich vor, wie Sie auch in Zukunft Ihre Kundschaft begeistern.

Der neue Roman erscheint als Hardcover, als E-Book im Volltext, als Audiodatei zum Download, als fertiges Hörbuch und mit Online-Hintergrundinformationen sowie der Möglichkeit zum interaktiven Austausch. Ortsunabhängig ist der Titel online im Webshop Ihrer Homepage zu bekommen. Audio-Podcasts der letzten Lesung sind abrufbar und über Neuerscheinungen und Empfehlungen werden Ihre Kunden ergänzend online informiert. Einzelne Rezepte aus Kochbüchern werden im Geschäft als Einzeldatei geladen, auf das gewünschte Medium gespielt, im Warenkorb gespeichert und an der Kasse bezahlt. Der Versand der wissenschaftlichen Zeitschriften im Volltext erfolgt elektronisch und auch gastronomische Dienstleistungen werden bei Ihnen angeboten.

Wie würden Sie, mit dieser Vorstellung im Kopf, das Berufsbild der Zukunft bezeichnen?

Ø Alter, Geschlecht

Ø Sind Sie selbst gelernter Buchhändler/ gelernte Buchhändlerin?

Ø Bilden Sie Buchhändler/ Buchhändlerinnen aus?

Ø Persönliche Kommentare, Anmerkungen

2.2 Statistik

In Zusammenarbeit mit der Abteilung Marketing und Marktforschung sowie dem Sortiment-Ausschuss wurde der Fragebogen entwickelt. Der Versand an die Buchhändlerinnen und Buchhändler erfolgte per Email und Fax als „SoA-Newsletter EXTRA: Umfrage Berufsbildung“. Die Auszubildenden wurden in Kooperation mit den Landesverbänden an den Berufsschulen befragt.

In der vorliegenden Studie wird im Folgenden die Gruppe der Buchhändlerinnen und Buchhändler mit „Buchhandel“ abgekürzt, die Auszubildenden mit „Azubi“. Der Rücklauf im Buchhandel lag bei knapp 10%, die Zahl der Azubiantworten ergaben eine Rücklaufquote von über 50%. Alle Angaben in dieser Studie stützen sich demnach auf die Gesamtanzahl von knapp 600 ausgefüllten Fragebögen. Mehrfachnennungen waren möglich.

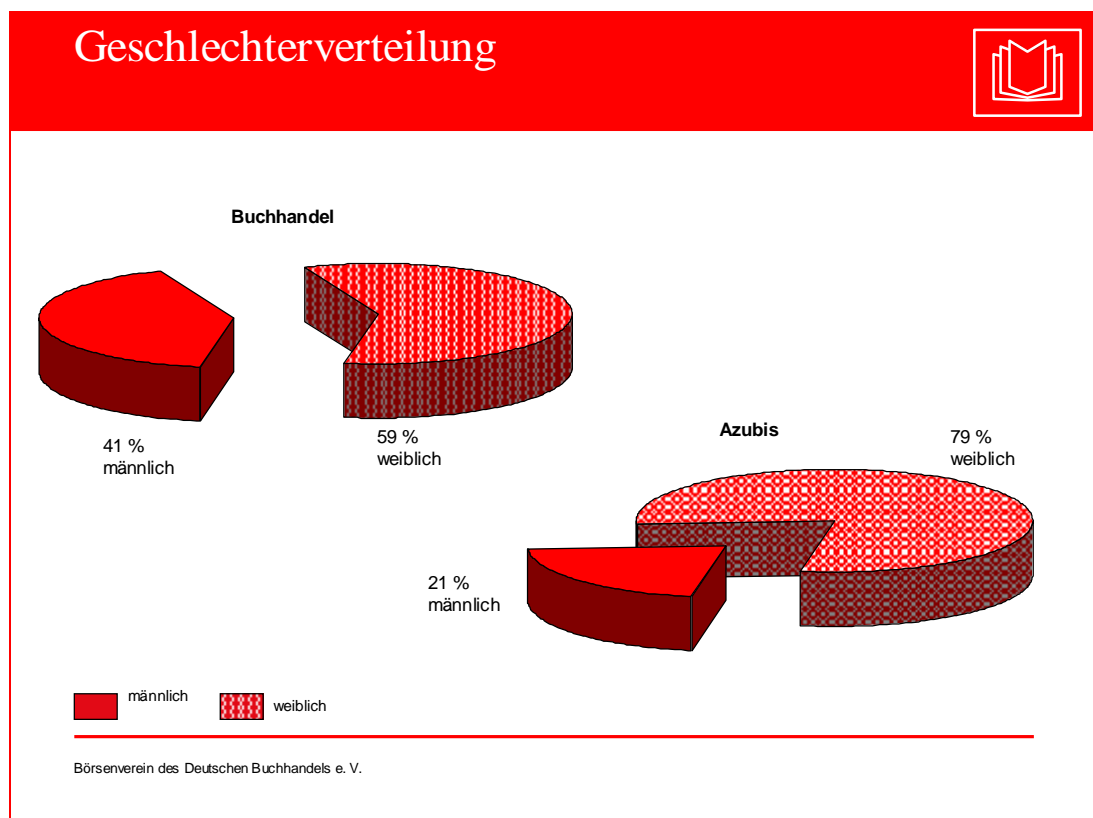
Folgende Angaben zu den befragten Gruppen liegen vor:

Ø Gruppe Buchhandel:

- § Der Altersdurchschnitt liegt bei 45,65 Jahren.
- § 41% männlich, 59 % weiblich
- § 80 % sind selbst gelernte Buchhändler/ gelernte Buchhändlerin
- § 66 % bilden selbst Buchhändler/ Buchhändlerinnen aus

Ø Gruppe Azubi:

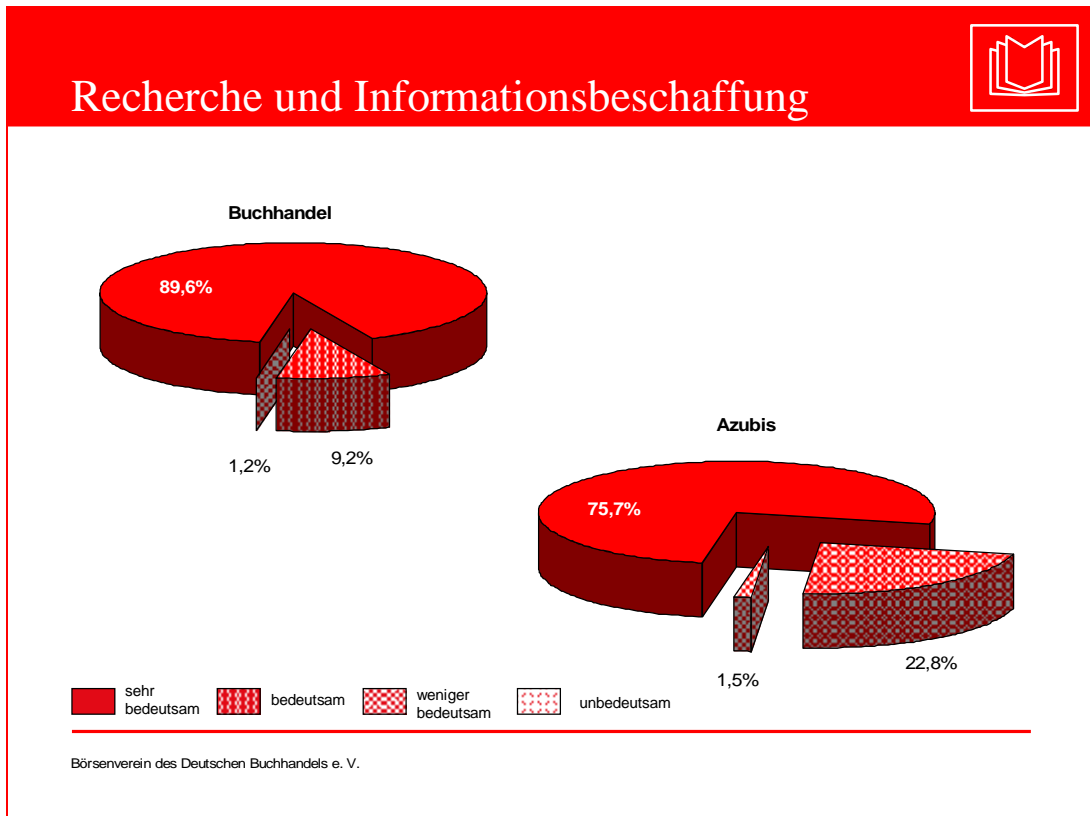
- § Der Altersdurchschnitt liegt bei 23,26 Jahren.
- § 21% männlich, 79 % weiblich
- § zur Zeit in der Ausbildung zum Buchhändler/ zur Buchhändlerin



3. Einschätzungen von Tätigkeiten und Kenntnissen

3.1 Recherche und Informationsbeschaffung

In der Einschätzung buchhändlerischer Tätigkeiten und Kenntnisse zeigt sich, dass beide Gruppen übereinstimmend „Recherche und Informationsbeschaffung“ als sehr bedeutsam einschätzen.



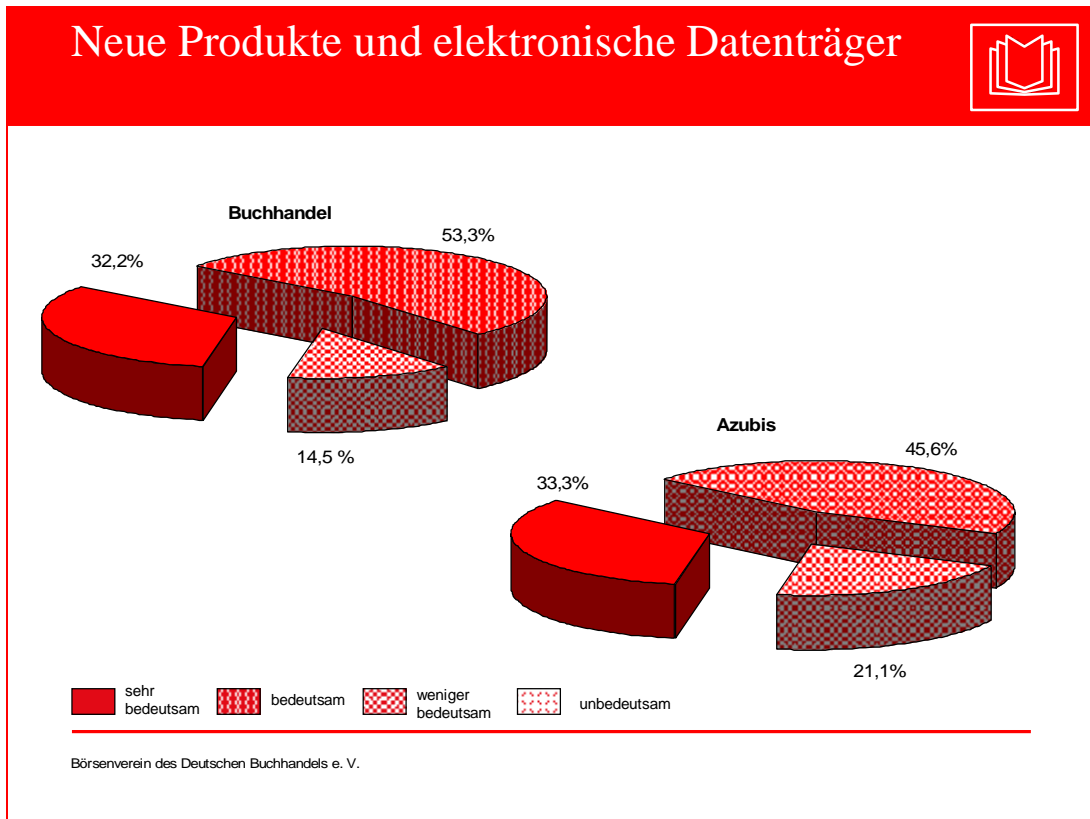
Zur Erfüllung der Kundenbedürfnisse ist es wichtig, die Vielzahl von Recherchemitteln zu kennen, sie zu bedienen und zu nutzen, sich in der Datenmenge zu orientieren, die richtige Information auszuwählen und diese dann weiterzuverarbeiten. Erforderlich ist hierfür eine hohe Medienkompetenz, um im Wettbewerb die Kunden in der eigenen Buchhandlung halten zu können.

- „Man muss auch mal ungewöhnliche Bezugswege nutzen, um den Kunden zufrieden zu stellen. Keine Scheu vor modernster Technik!“ (Gruppe Buchhandel, 33 Jahre)

3. Einschätzungen von Tätigkeiten und Kenntnissen

3.2 Neue Produkte und Datenträger

Neue Produkte und Datenträger schätzen jeweils ein Drittel jeder Gruppe als sehr bedeutsam ein.



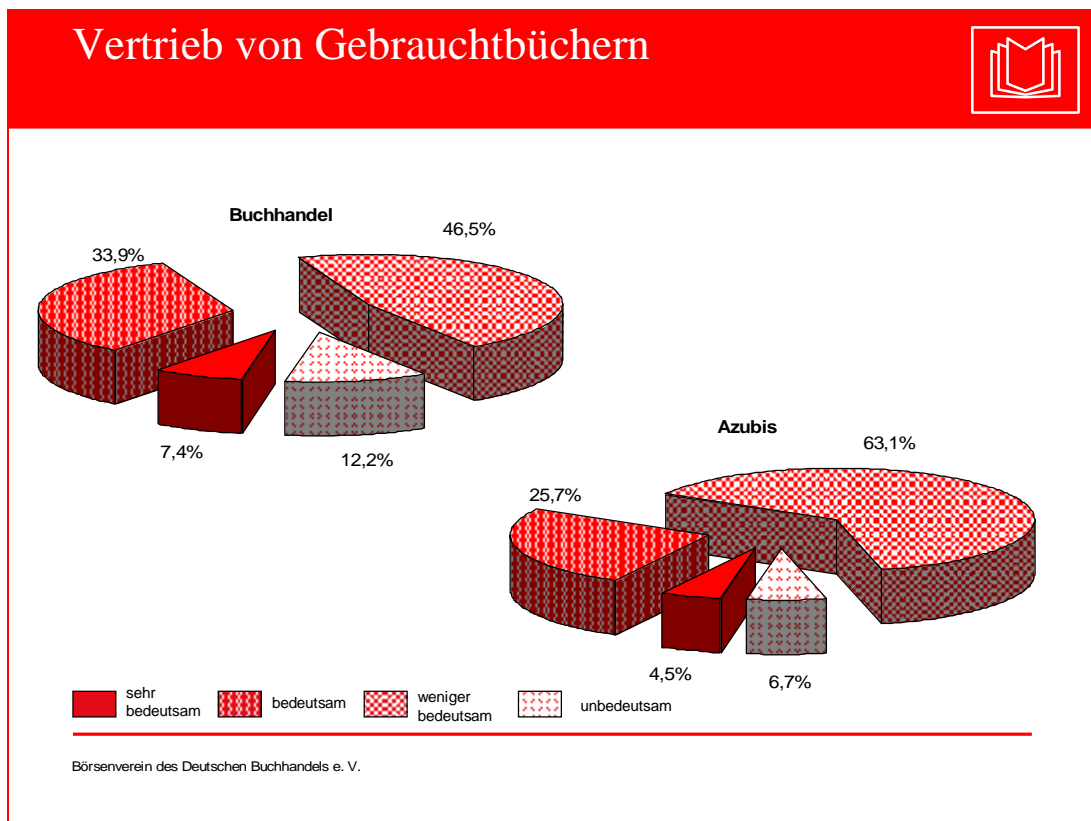
Im zunehmenden Nebeneinander von Buch und anderen Wiedergabemedien ist es wichtig, dieser Vielfalt mit Überblick und versiertem Umgang mit neuen Medien zu begegnen. Es ist vorteilhaft, Kunden auch andere Produktformen anzubieten, zu verkaufen und kompetenter Ansprechpartner zu sein.

Der damit verbundene Margenmix und die darin liegenden Chancen sollten vor allem in der Ausbildung stärker thematisiert werden. Gemeinsam muss ein Bewusstsein für Mischkalkulationen geschaffen werden, denn mit Produkten wie zum Beispiel Papeterie, Downloads, Software oder Nonbooks kann es gelingen, neue Kundengruppen zu gewinnen und Umsatz bringende Zusatzkäufe zu generieren.

- „Auch der Handel mit Nonbooks, Papeterie, Tonträgern und DVDs, die vollkommen anderen Rabattierungen und Einkaufsmodalitäten unterliegen, sollte gelehrt werden, da diese Warengruppen heute das Sortiment vervollständigen.“ (Gruppe Buchhandel, 45 Jahre)
- „Ich glaube, dass wir auch in Zukunft Kunden über das auch haptisch erfahrbare Medium Buch begeistern können. Und das ist nicht altmodisch! Ich bin der Meinung, dass die neuen Medien überbewertet werden. Bei meinen Kunden sehe ich da noch nicht mal ansatzweise einen Trend!“ (Gruppe Buchhandel)

3.3 Vertrieb von Gebrauchtbüchern

Weniger bedeutsam für beide Gruppen ist der Vertrieb von Gebrauchtbüchern.

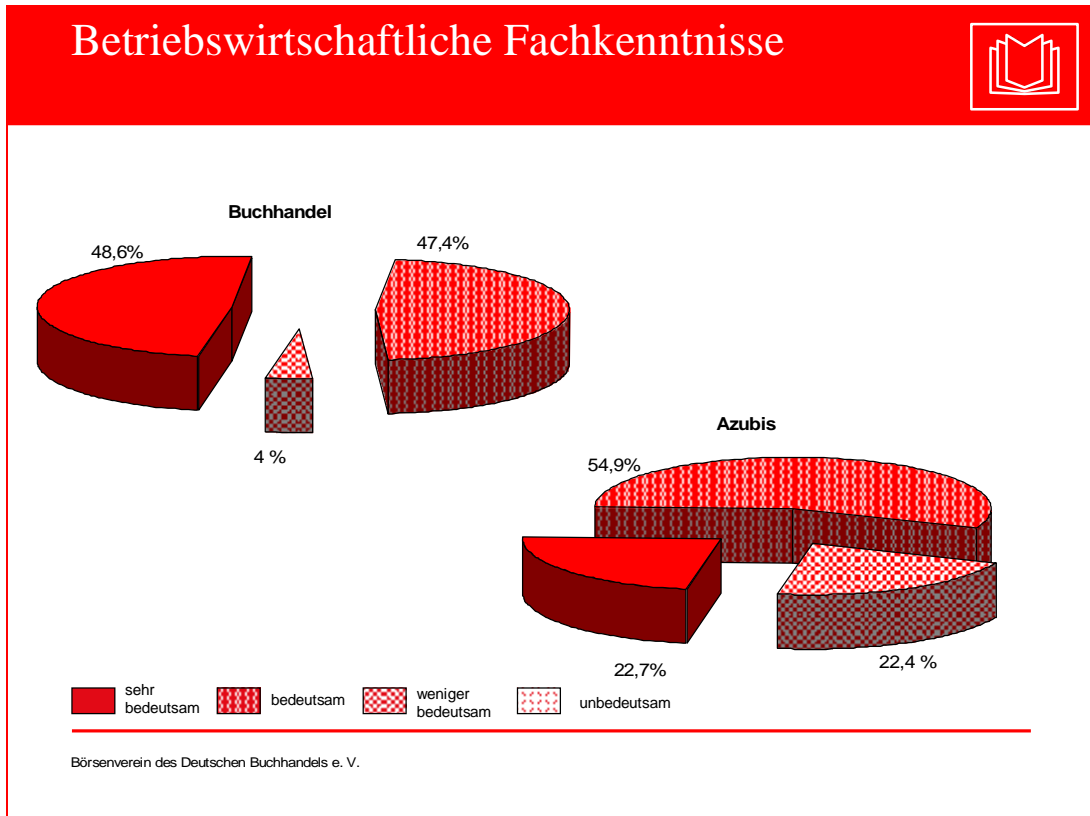


Der Gebrauchtbuchverkauf ist zwar vor allem für die ältere Zielgruppe als Kundenbindungsinstrument sinnvoll, im Verhältnis zum Gesamtumsatz aber tatsächlich wenig bedeutend. Falls der gewünschte Titel nicht lieferbar ist, muss die Gebrauchtbuchrecherche jedoch selbstverständlich sein. Dies sollte bei allen Mitarbeitern verankert und praktiziert werden.

3. Einschätzungen von Tätigkeiten und Kenntnissen

3.4 Betriebswirtschaftliche Fachkenntnisse

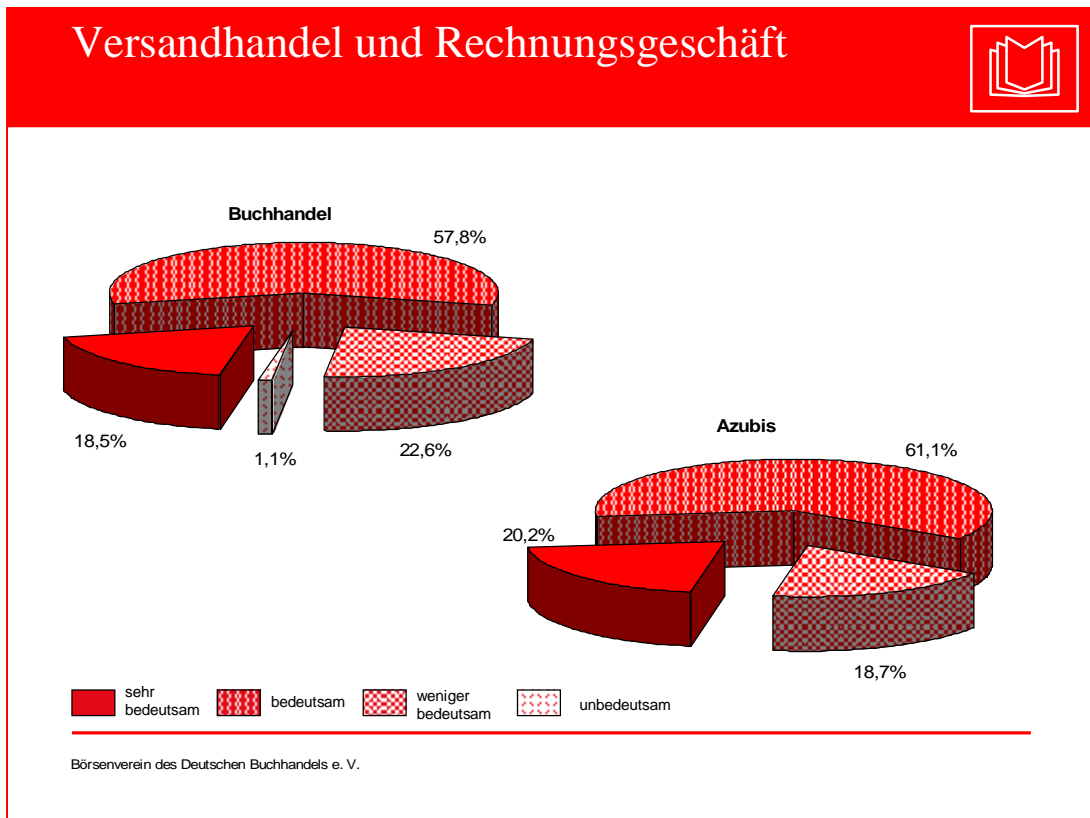
Fachkenntnisse im Bereich Betriebswirtschaft werden in der Gruppe Buchhandel zu 48,6%, in der Gruppe der Azubis zu 22,7% als sehr bedeutsam eingeschätzt.



Vor allem das Verstehen von gesamtbetriebswirtschaftlichen Zusammenhängen und einem daraus resultierenden strategischen Handeln hat vielen Unternehmen branchenübergreifend zu einer deutlich erfolgreicherer Positionierung verholfen. Eine hohe Fach- und Beratungskompetenz sollte mit betriebswirtschaftlichem Handeln Hand in Hand gehen. Fast ein Viertel der Azubis bewerten betriebswirtschaftliche Kenntnisse als weniger bedeutsam, sogar 22,4 Prozent bewerten es als unbedeutsam. Es scheint, dass die Bedeutung und das Wissen um die in der Buchhandlung erwirtschafteten Zahlen unterschätzt werden. Knapp 50 Prozent der Buchhändler (und damit weniger als die Hälfte) bewerten betriebswirtschaftliches Bewusstsein als sehr bedeutsam. Hier sind vor allem die Unternehmen und die Ausbilder gefragt, dieses Verständnis für sich und das eigene Unternehmen zu entwickeln, den Nutzen zu erkennen und dieses Wissen an die Auszubildenden weiterzugeben.

3.5 Versandhandel und Rechnungsgeschäft

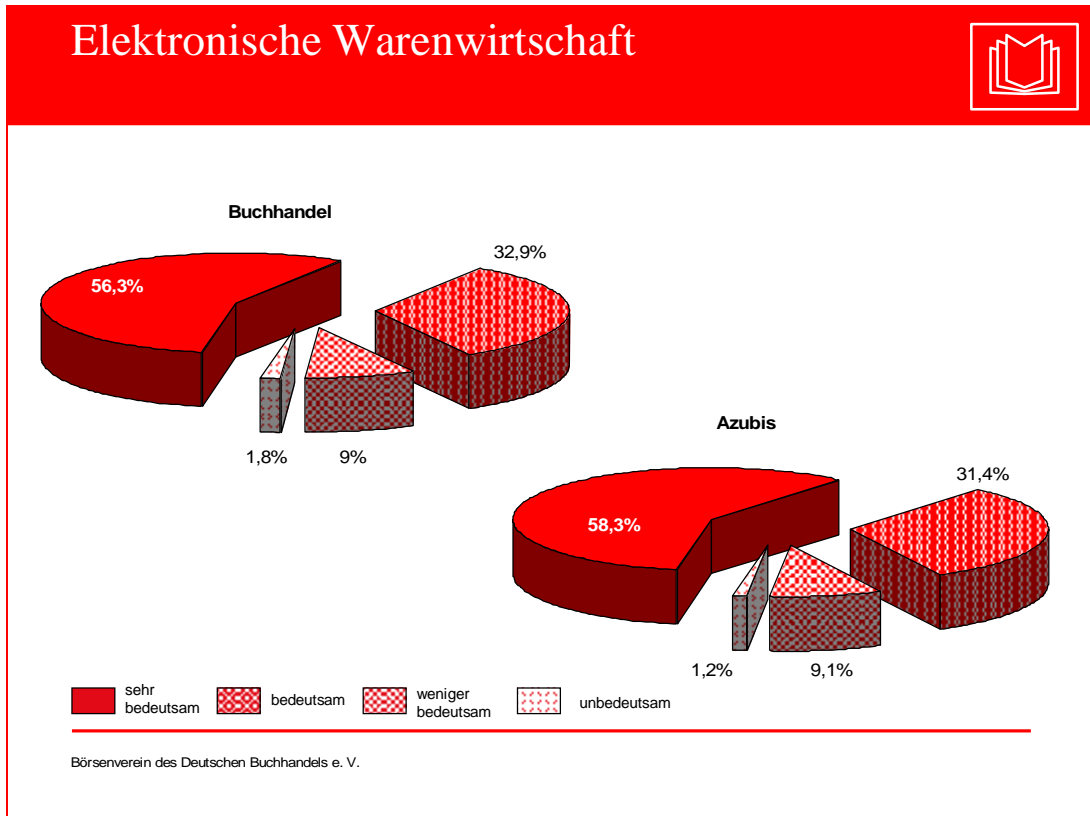
Für beide Gruppen sind Versandhandel und Rechnungsgeschäft zu fast 60% eine bedeutsame Tätigkeit im Buchhandel.



Die saisonal unabhängigen Geschäftsfelder Firmenkundengeschäft, Zeitschriften und Fortsetzungen, Versandhandel und Rechnungsgeschäft wurden von beiden Gruppen als nicht sehr, aber dennoch als bedeutsam bewertet. Interessant dabei ist, dass die Bedeutung von „Erschließen neuer Vertriebswege“ (siehe 3.10) sich nicht mit diesem Ergebnis deckt. Ein stärkeres Grundverständnis für die Gewinnung neuer Vertriebswege und damit Kundengruppen sollte entwickelt werden. Je nach Firmenpositionierung und Standortbedingungen muss individuell, aber bewusst abgewogen und entschieden werden, ob und welche Maßnahmen zur Etablierung oder Stärkung dieser Vertriebswege zu nutzen sind.

3.6 Elektronische Warenwirtschaft

Die Nutzung elektronischer Warenwirtschaft ist zu über 50% für beide Gruppen eine sehr bedeutsame Tätigkeit.

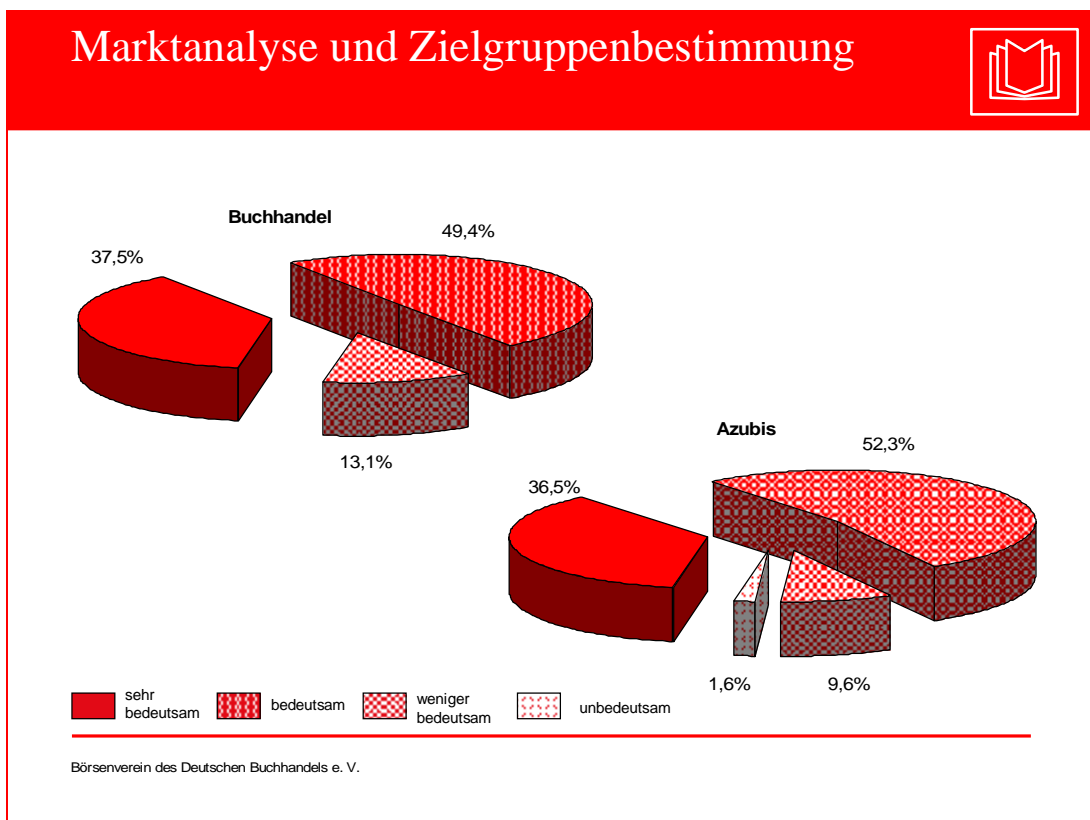


Moderne Warenwirtschaftssysteme bereiten eine Vielzahl geschäftsrelevanter Daten auf und schaffen – je nach Unternehmensstruktur – für alle Mitarbeiter eine hohe Transparenz. Durch Gegenüberstellen von Umsatzzahlen je Warengruppe, titelbezogenen Vergleichen und Jahresvergleichen kann ein effizientes Controlling der kaufmännischen Aktivitäten erfolgen. Gleichzeitig lassen sich Lagerbestände steuern und zum Beispiel auch eine „Klauquote“ ermitteln. Leicht sind zielgruppenspezifische Auswertungen vorzunehmen, um die Kundentransparenz und das Kaufverhalten der Kunden zu verbessern.

Die aus der Warenwirtschaft gewonnenen Erkenntnisse gilt es zu verstehen, zu bewerten und noch stärker in die unternehmerische Gesamtsteuerung zu integrieren. Vor allem dem Branchennachwuchs sollte dieses Verständnis und der Nutzen im Rahmen der Ausbildung noch stärker vermittelt werden. Hier gilt es deshalb, handlungsorientierte Maßnahmen zu entwickeln.

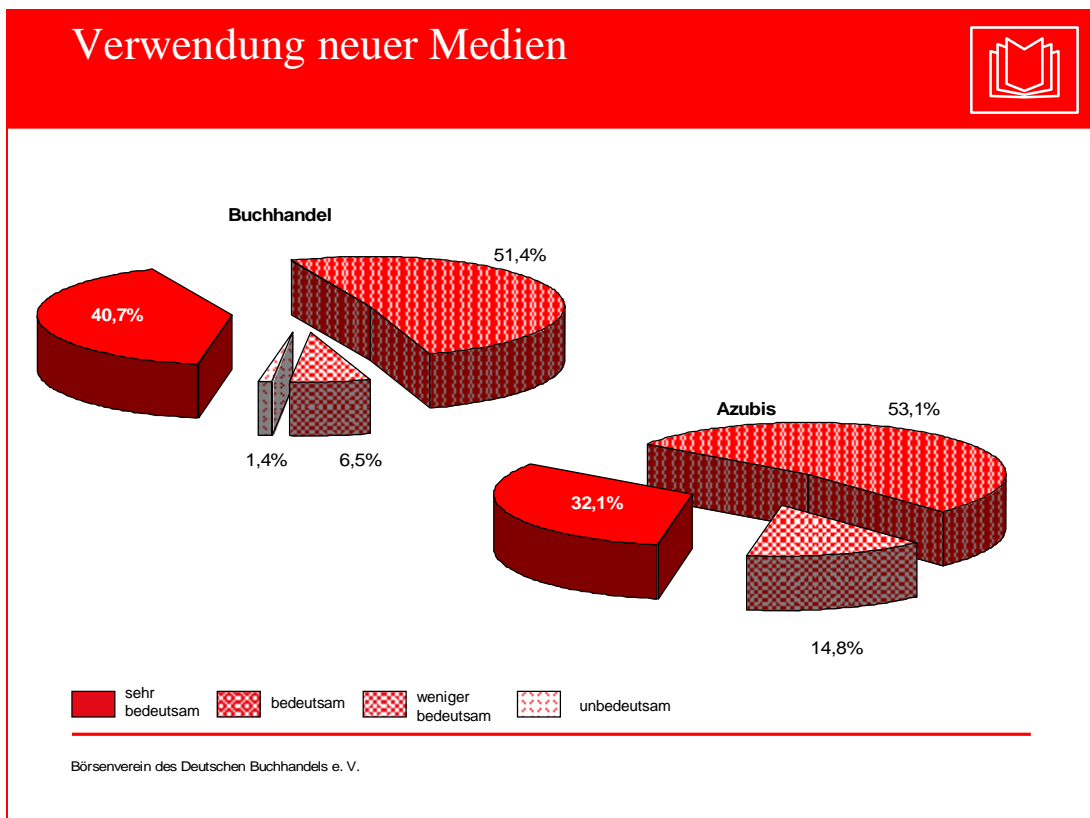
3.7 Marktanalyse und Zielgruppenbestimmung

Kenntnisse über den eigenen Standort, die Analyse und Auswertung des Marktes/ Marktumfeldes vor Ort und das Wissen über die eigenen Kunden helfen, sich als Unternehmen zu positionieren. Diese Kenntnisse werden von beiden Gruppen nur zu 37% als sehr bedeutsam eingeschätzt. Kumuliert man „bedeutsam“ und „sehr bedeutsam“, sieht das Ergebnis deutlich positiver aus. Betrachtet man die Megatrends **Individualisierung** und **Spezialisierung**, ist vor allem die Marktanalyse und Zielgruppenbestimmung als eindeutiger Wettbewerbsfaktor zu bewerten. Vor allem junge Menschen sollten mehr über diese gesellschaftlichen Entwicklungen und die daraus resultierenden Herausforderungen und Chancen erfahren und sie zu nutzen wissen.



3.8 Verwendung neuer Medien

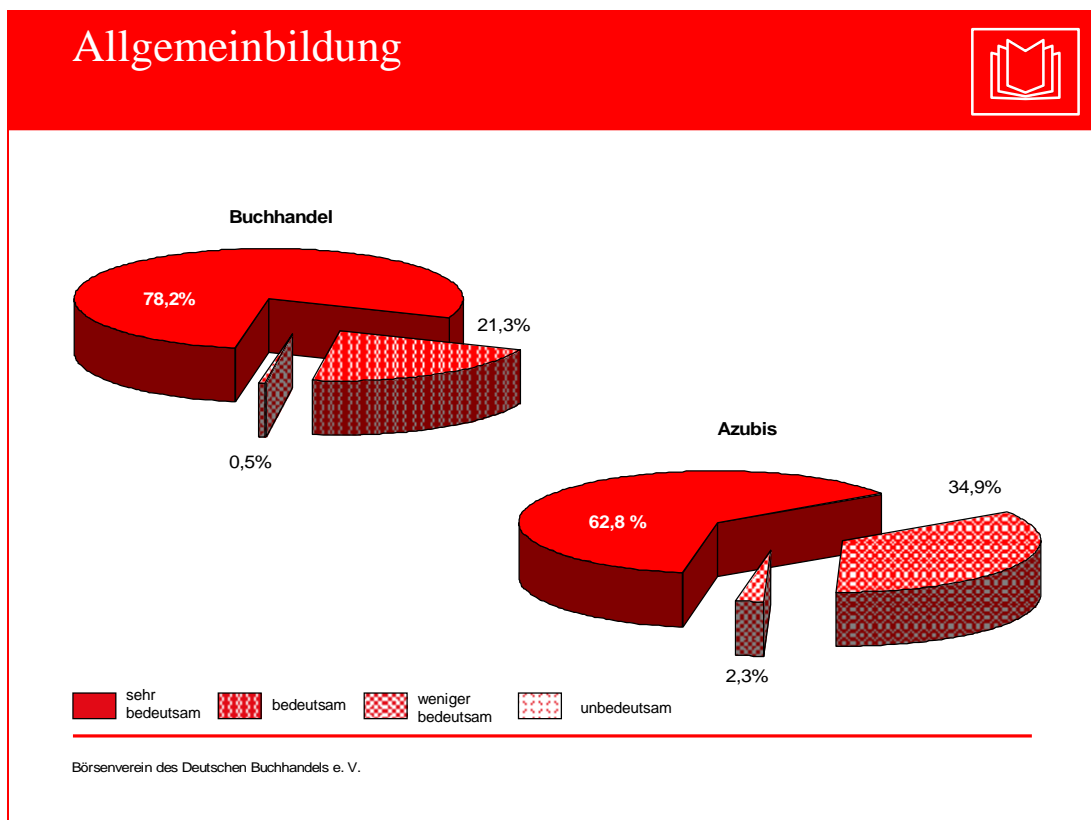
In Anbetracht der großen Diskussionen in der Branche über Digitalisierung, Online-shops oder Volltextsuche ist es erstaunlich, dass nur 32% der Gruppe Azubi und 40% der Gruppe Buchhandel diese Kompetenz als sehr bedeutsam eingeschätzt haben. Immerhin bewerten kumuliert (sehr bedeutsam und bedeutsam) deutlich über zwei Drittel beider Gruppen die Bedeutsamkeit als hoch ein. Hier gilt es, noch stärker den Nutzen der neuen Medien darzustellen, sie als Ergänzung und Erweiterung und nicht als Reduktion der buchhändlerischen Praxis zu verstehen.



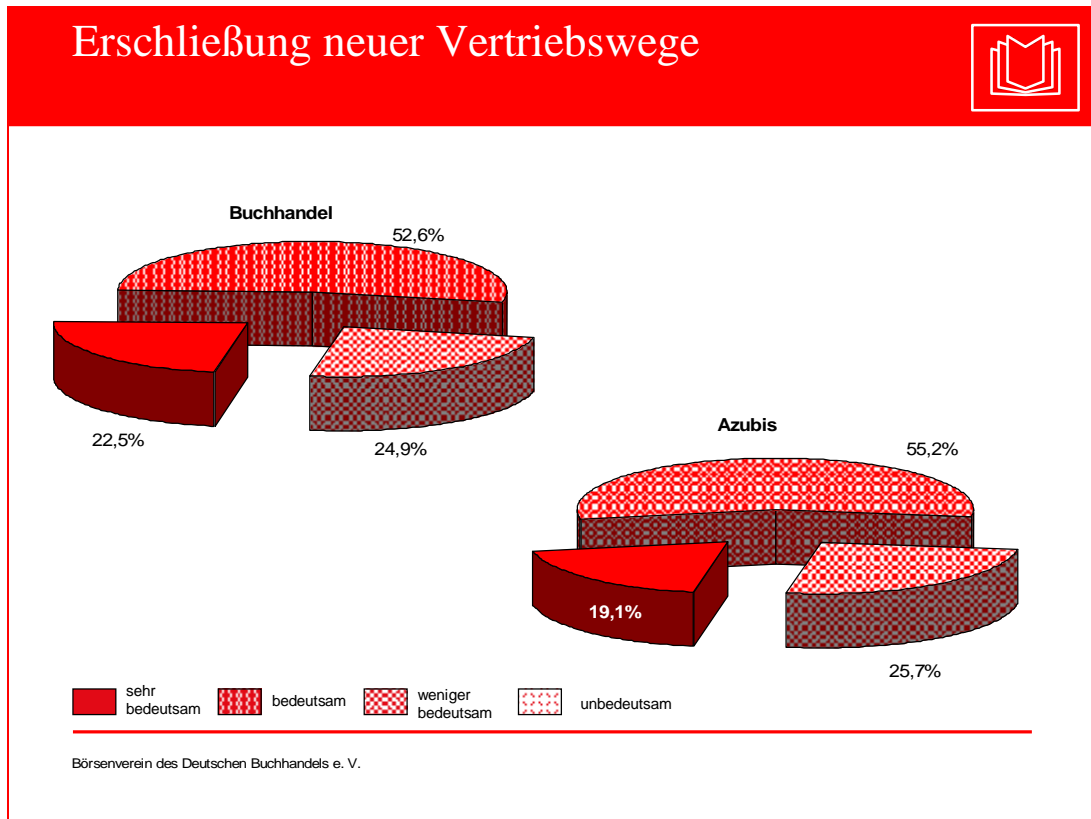
- „Das Berufsbild kann nur Nachwuchs bekommen, wenn auch in der Ausbildung die Verknüpfung zu den Medien hergestellt wird (Internet, Online-Suche).“ (Gruppe Azubi, 23 Jahre)
- „Ich finde es gut, dass der Buchhandel mit der Zeit geht und die neuen Medien nicht komplett ablehnt, da sie in Zukunft unvermeidbar sind.“ (Gruppe Azubi, 19 Jahre)

3.9 Allgemeinbildung

In dem Punkt Allgemeinbildung sind die Einschätzungen ähnlich: Buchhandel (78,2%) und Azubi (62,8%) bewerten diese als sehr bedeutsam. Die Buchbranche steht wie keine andere für Bildung und Wissen. Ein breites Interessenspektrum und das lebenslange Verknüpfen von Tradition und Innovation sind entscheidend, denn auch Allgemeinbildungsansprüche wandeln sich. Darauf müssen Wissen und die Vermittlung von Wissen abgestimmt sein.



3.10 Erschließung neuer Vertriebswege



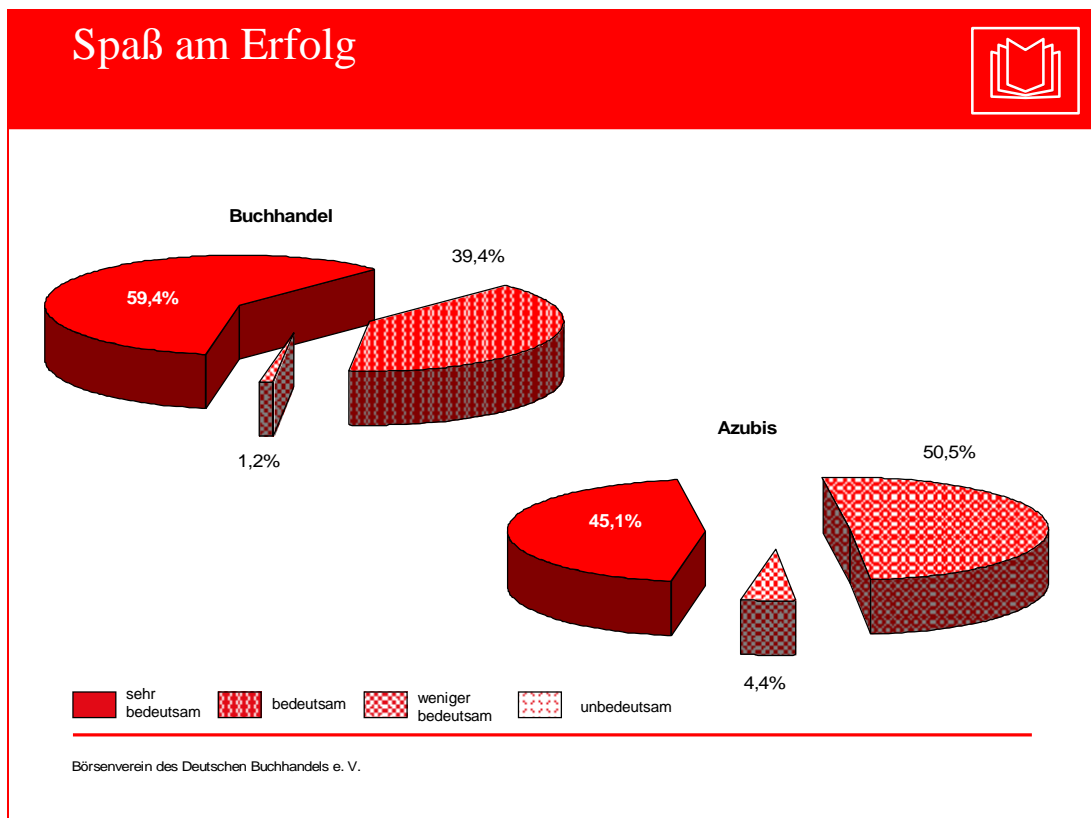
In der Berufsbezeichnung Buchhändler/ Buchhändlerin steckt die Tätigkeit „Handeln mit dem Produkt Buch“. Übersetzt ist dies heute der Verkäufer oder Vertriebler, der ständig nach neuen Handelswegen und Produkten sucht. Die Begriffe Vertrieb und Verkauf sind nicht nur in der Buchbranche, sondern branchenübergreifend häufig negativ behaftet. In einer Marktphase, die von einem großen Wandel geprägt ist, haben wir branchenübergreifend bereits gelernt, dass sich Unternehmen durch ihre Schwerpunkte noch einmal neu definieren und positionieren müssen. Das Besondere dieser Branche wird immer im Produkt Buch und dem daran interessierten Menschen liegen. Aber auch in der Buchbranche wird man nicht umhin kommen, neben der Begeisterung an der Sache über neue Vertriebswege nachzudenken.

Im Buchhandel schätzen lediglich 22,5% und 19,1 % bei den Azubis neue Vertriebswege als sehr bedeutend ein. Kumuliert (sehr bedeutsam und bedeutsam) steigt die Bewertung auf 75,1% und 74,3%. Vor dem aktuellen Hintergrund der Konzentration und den damit verbundenen strukturellen Marktveränderungen wird sich zwangsläufig die Notwendigkeit ergeben, das Thema neu und intensiv zu diskutieren und neue Wege zu beschreiten. Durch stärkere Handlungsorientierung kann hier besonders in der Nachwuchsarbeit Begeisterung und Mut zu neuen Schritten erzielt werden.

4. Einschätzungen von Kompetenzen

4.1 Spaß am Erfolg

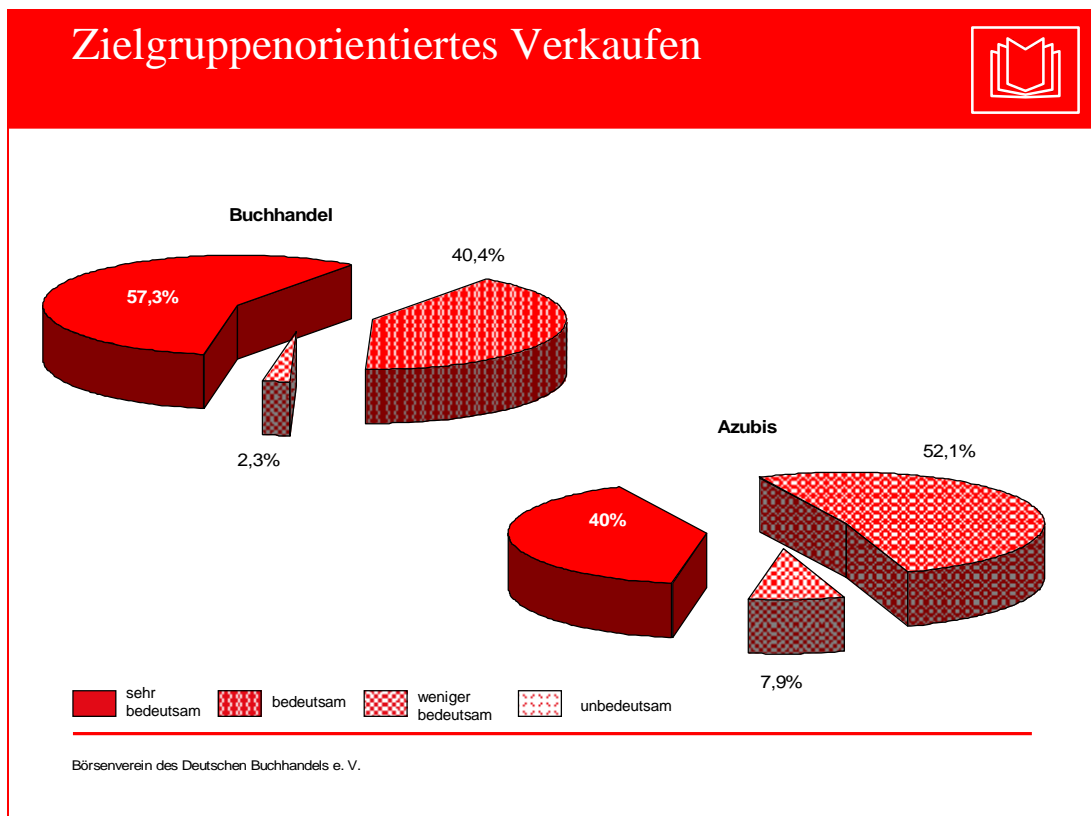
Eindeutig ist die Bewertung für den „Spaß am Erfolg“: Im Buchhandel schätzen dies 60%, bei den Azubis knapp 50% als sehr bedeutsam ein. Kumuliert bewerten fast 100% beider Gruppen die Bedeutsamkeit dieser Kompetenz als hoch ein. Hier stellt sich die Frage, wie „Erfolg“ definiert wird. Wenn Erfolg auch wirtschaftlicher Erfolg, Beratungserfolg, erfülltes Arbeiten und hochwertige Produkte heißt, dann muss an den zuvor genannten erfolgswirksamen Faktoren gearbeitet werden. Das heißt konkret: erfolgreich arbeiten durch Stärkung der Zielgruppenorientierung, des unternehmerischen Handelns und Denkens, Stärkung in Vertrieb und Verkauf, Kundenorientierung und Marktanalyse, also Fokussierung auf die Faktoren, die zuvor als weniger bedeutsam eingeschätzt wurden.



4. Einschätzungen von Kompetenzen

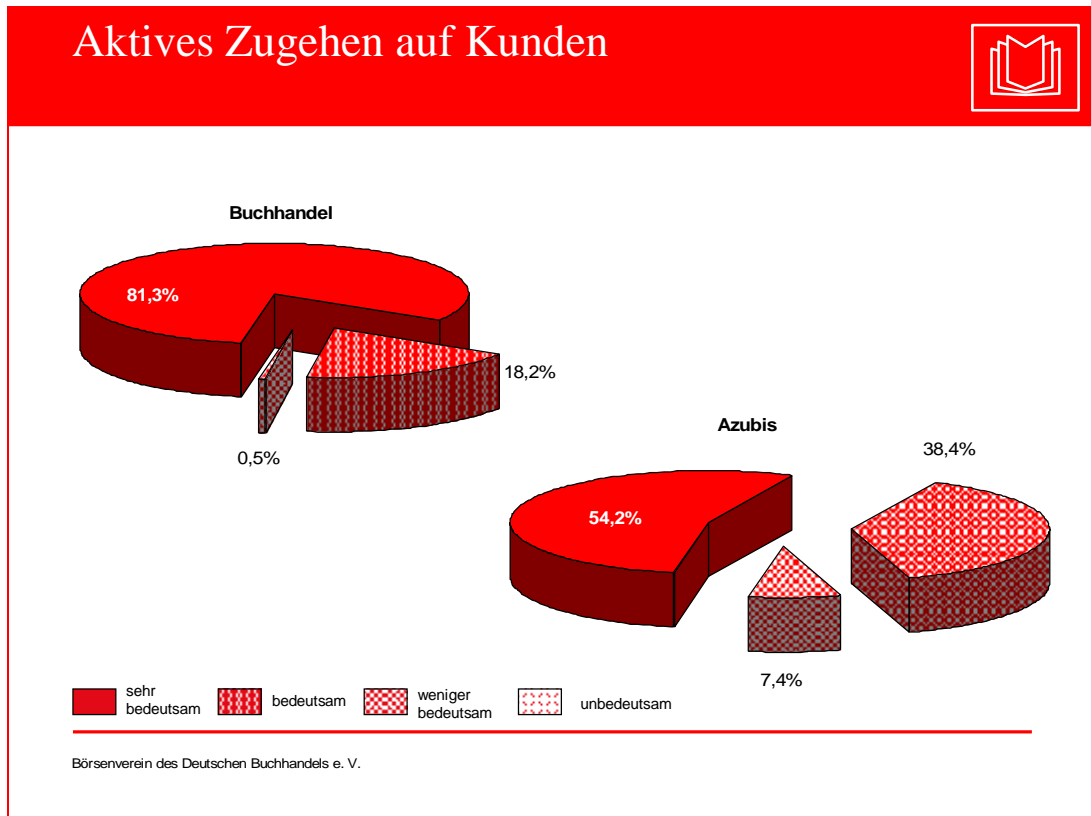
4.2 Zielgruppenorientiertes Verkaufen

57,3% der Gruppe Buchhandel und 40% der Gruppe Azubi schätzen „Zielgruppenorientiertes Verkaufen“ als sehr bedeutsam ein. Das Bewusstsein für diese Kompetenz ist in der Bewertung erkennbar, deutlicher wird dies jedoch erst in der Kumulierung. Eine individuelle Ansprache und Beratung, die Gestaltung häufig wechselnder Präsentationsflächen, das Erkennen von Trends und das Wecken von Kaufimpulsen muss jedem Buchhändler eine Selbstverständlichkeit sein. Er muss lernen, mit den Augen des Kunden zu sehen.



- „Wir müssen viel moderner ausbilden! Wir brauchen Fach-Verkäufer und keine Schöngeister mit Bibliotheks-Mentalität.“ (Gruppe Buchhandel, 60 Jahre)

4.3 Aktives Zugehen auf den Kunden



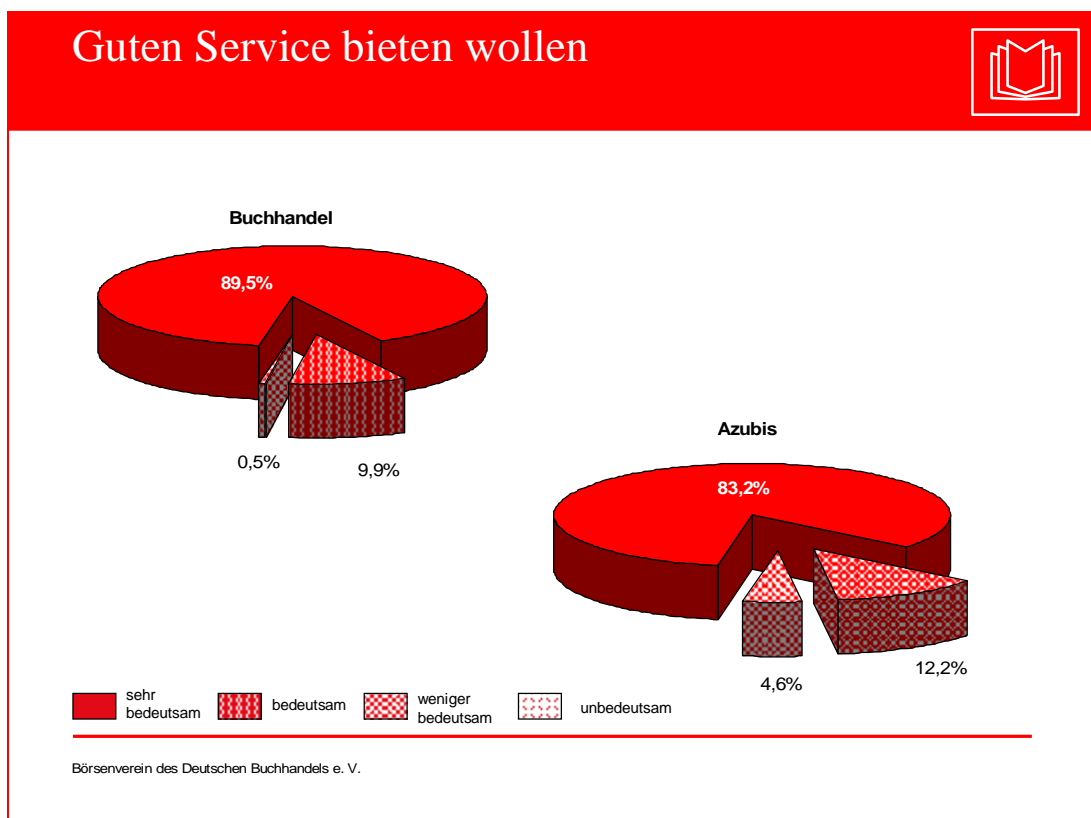
Die zuvor abgefragte Kompetenz „Zielgruppenorientiertes Verkaufen“ kann in Ergänzung zum „Aktiven Zugehen auf den Kunden“ gesehen werden. Der Oberbegriff ist **Kundenorientierung**. Das aktive Abholen des Kunden wird von der Gruppe Buchhandel zu über 80% als sehr bedeutsam, von der Gruppe Azubi zu 54% als sehr bedeutsam eingeschätzt. Bei diesem Ergebnis ist die Differenz zwischen Buchhandel und Azubi deutlich, knapp 50% der Gruppe Azubi bewerten „Aktives Zugehen auf den Kunden“ als bedeutsam und weniger bedeutsam. Bereits in der Ausbildung muss das Thema Kundenorientierung und die Bedeutung des aktiven Zuehens auf den Kunden einen deutlich größeren Stellenwert bekommen.

4. Einschätzungen von Kompetenzen

4.4 Guten Service bieten wollen

Knapp 100% aller Befragten wollen guten Service bieten. Aber auch hier stellt sich die Frage, was „Guten Service bieten“ heißt. Klare Kriterien müssen gemeinsam entwickelt und umgesetzt werden. Konkret sind hier zum Beispiel Themen anzusprechen wie:

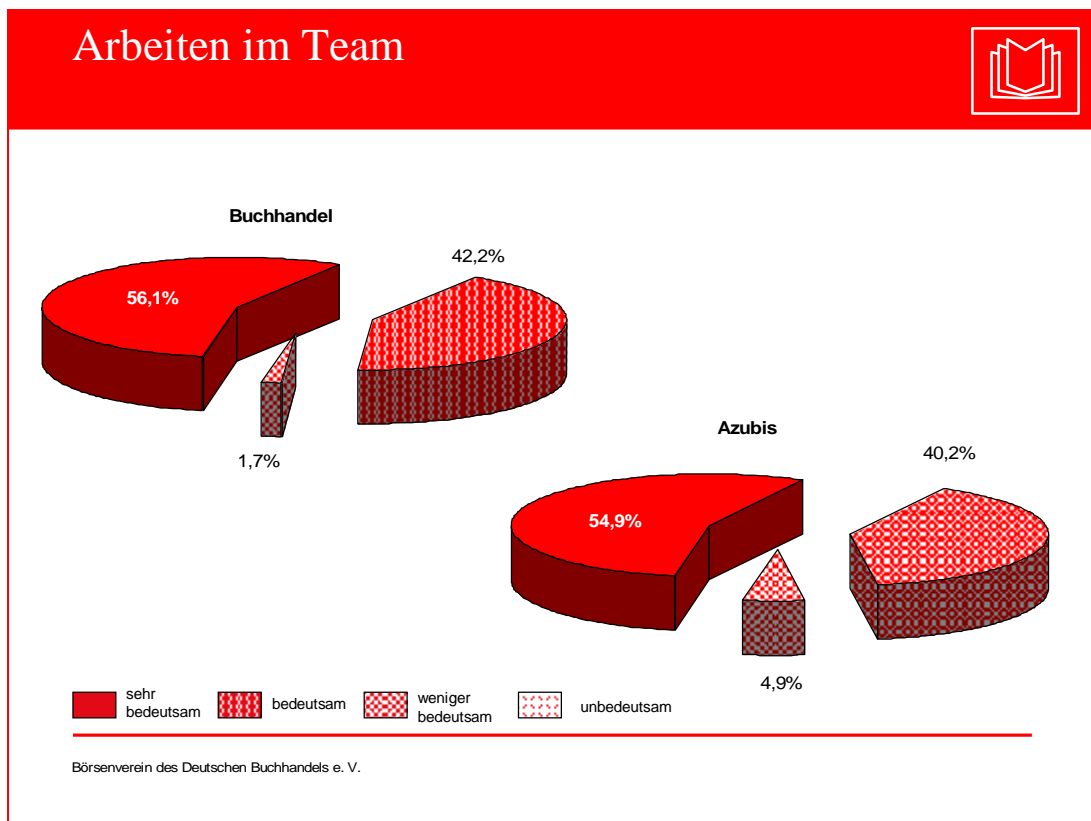
- § erster Blickkontakt
- § Beratungs- und Verkaufsbereitschaft
- § Serviceangebote: Was ist Standard und was wirklicher Service?
- § rhetorische Fallen „muss ich bestellen“ versus „darf ich Ihnen bestellen“
- § Recherchebereitschaft
- § Umgang mit Meldenummern, denn die brancheninternen Sprachregelungen sind für Kunden nicht verständlich



4. Einschätzungen von Kompetenzen

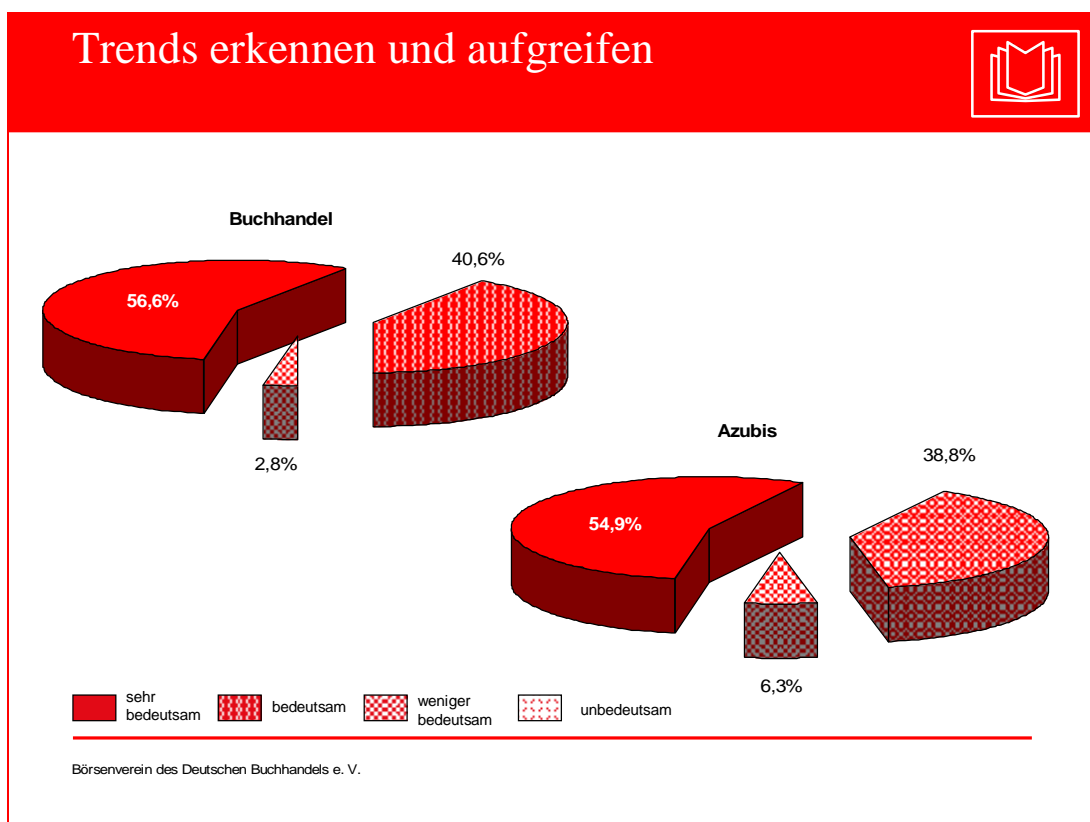
4.5 Arbeiten im Team

Das Arbeiten im Team schätzen mehr als die Hälfte beider Gruppen als sehr bedeutend ein. Kumuliert ist der Nutzen von Teamarbeit bewusst, die Aufmerksamkeit für teamorientierte Beratung und Unterstützung im Ladenalltag muss eine Selbstverständlichkeit sein und sollte daher sowohl im beruflichen Alltag als auch in der Aus- und Weiterbildung aufgebaut werden.



4.6 Trends erkennen und aufgreifen

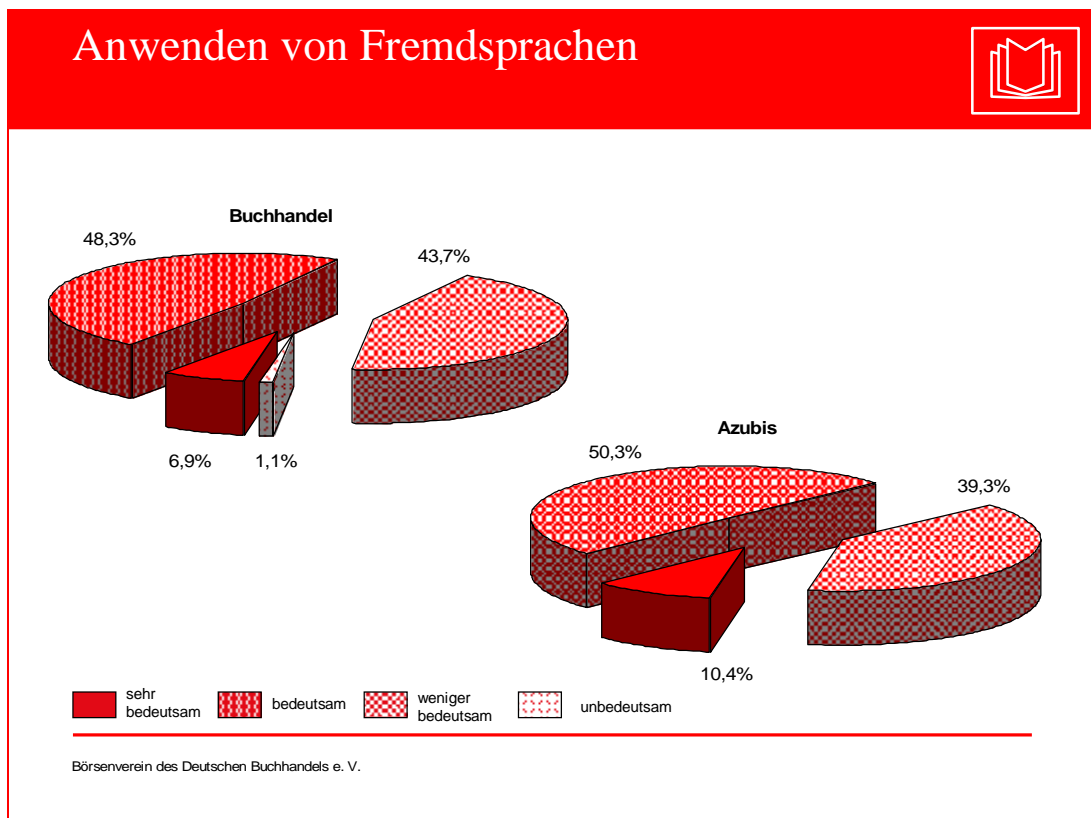
In unserer schnelllebigen Welt unterliegen wir alle einem ständigen und sich permanent entwickelnden Wandel. Die Trendzyklen werden kürzer, müssen rasch erkannt und aufgegriffen werden. Erfreulich ist, dass über 50% beider Gruppen hier große Chancen und Nutzen sehen und weitere 40% schätzen dies als bedeutsam ein. Offen zu sein für Neues, sich Informationen über Trends zu beschaffen, diese sorgfältig auszuwerten und bewusst zu entscheiden, welchen Trend man aufgreift und in sein Sortiment etabliert, gehört zur unternehmerischen Entscheidung eines jeden Buchhändlers. Sie sollte bewusst und gut informiert getroffen werden.



4. Einschätzungen von Kompetenzen

4.7 Anwenden von Fremdsprachen

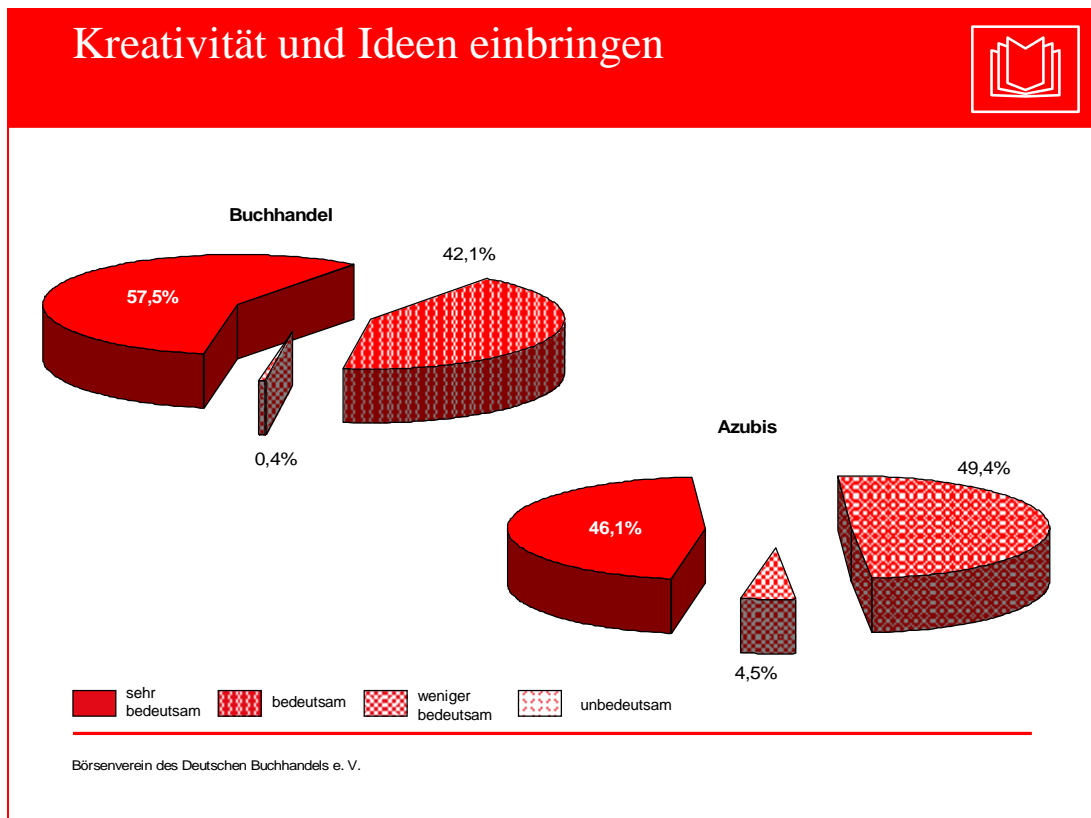
Die internationalen Anforderungen sind trotz Wandel der Branche als gering zu bewerten. Dies kann man auch an den Ergebnissen ablesen. Als Ausnahme sind hier touristisch bedeutsamen Regionen oder Groß- und Universitätsstandorte zu nennen.



4. Einschätzungen von Kompetenzen

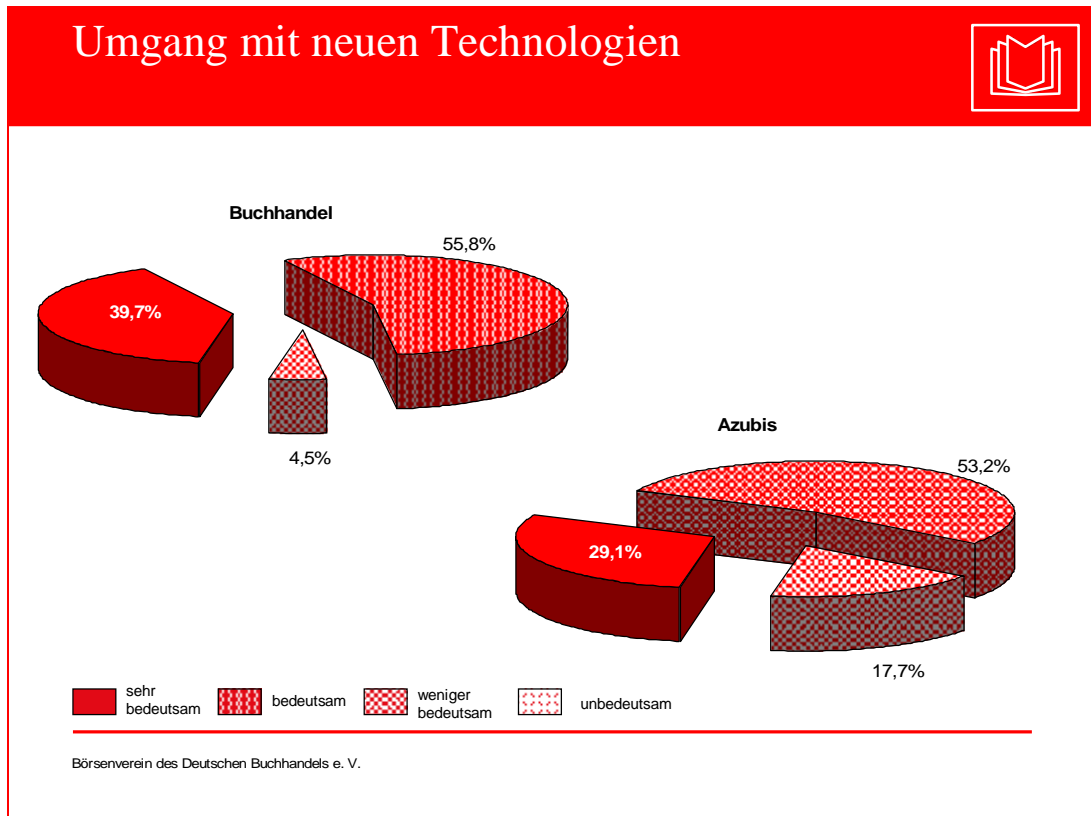
4.8 Kreativität und Ideen einbringen

Im Buchhandel wird die Kompetenz „Kreativität und Ideen einbringen“ mit knapp 60%, bei den Azubis unter 50% als sehr bedeutsam, kumuliert fast 100 % als bedeutsam gewertet. Eigeninitiative und Einbringen neuer Ideen sind Grundpfeiler eines funktionierenden Unternehmens. Wo neue Ideen fehlen oder nicht aufgegriffen werden, stellt sich Stillstand ein.



4. Einschätzungen von Kompetenzen

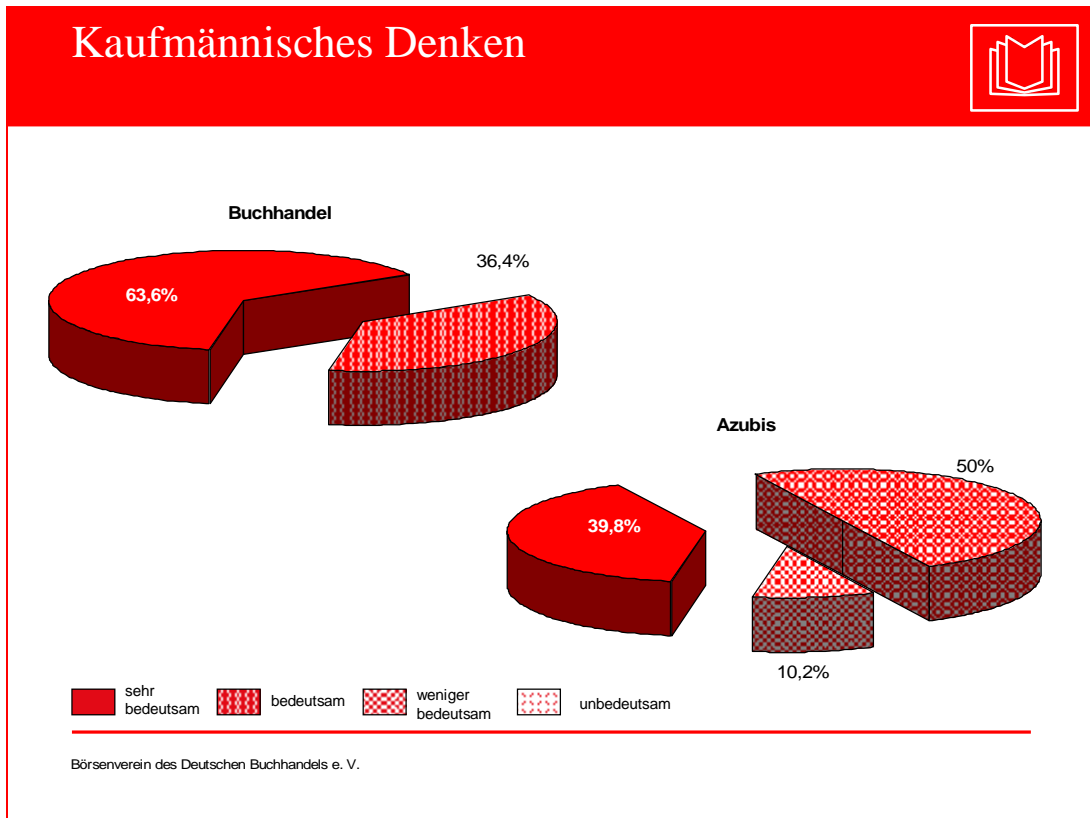
4.9 Umgang mit neuen Technologien



Eines der erstaunlichsten Ergebnisse ist die Bewertung des „Umgangs mit neuen Technologien“. Vor allem die junge Generation bewertet hier deutlich konservativer als erfahrene Buchhändler. Eines der großen Branchenthemen sind neue Medien und der Umgang mit neuen Technologien. Die Vertriebswege der Verlage werden sich weiter verändern. Da sind auch der Buchhandel und sein Nachwuchs dringend gefordert, sich mit diesem Thema auseinanderzusetzen und seine Positionierung in diesem neuen Kontext zu finden.

- „E-Books und Downloads gehören nicht in den Buchhandel. Sie könnten die Branche schwer beschädigen!“ (Gruppe Azubi, 20 Jahre)
- „Der ganze Elektrokram passt nicht in den Beruf.“ (Gruppe Azubi, 20 Jahre)
- „Jetzt schon werden dem Kunden alle gängigen Datenträger/Informationsträger angeboten. Doch ein Buch ist ein Buch ist ein Buch ist ein Buch! Webshops gehören zum Alltag. Alle Buchhändler, die ich kenne, gehen sehr aufgeschlossen mit den neuen Medien um und erleichtern sich ihre Aufgabe mit Podcasts, Bloggs, E-Mail und Internet.“ (Gruppe Buchhandel, 45 Jahre)

4.10 Kaufmännisches Denken



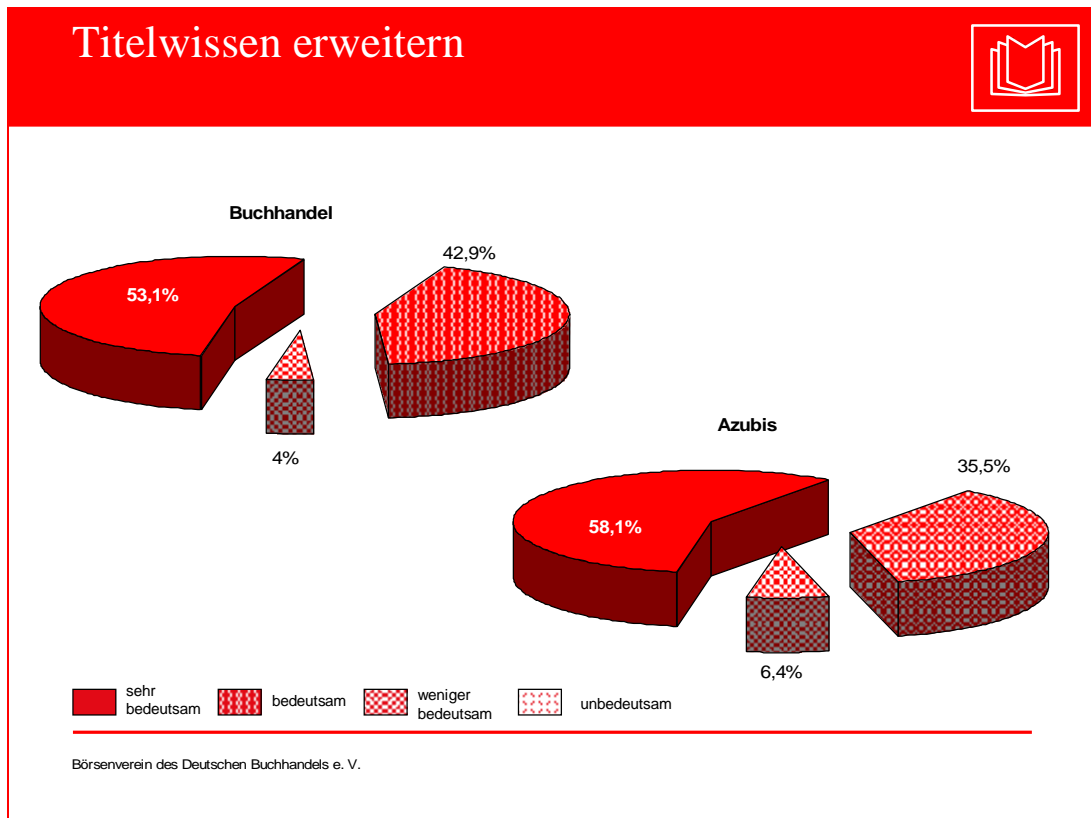
Während der Buchhandel „kaufmännisches Denken“ als Betriebsgrundlage erkannt hat, wirft das Ergebnis der Azubis Fragen auf. Die Misere in manchen Betrieben könnte mit einer strukturierten Analyse und Auseinandersetzung im betriebswirtschaftlichen Bereich behoben oder minimiert werden.

Analog zu der Bewertung der „Betriebswirtschaftlichen Fachkenntnisse“ muss hier eine klare Fokussierung auf betriebswirtschaftliches Verständnis schon bei der Kommunikation über die Berufsbilder und in der Aus- und Fortbildung transportiert werden.

4. Einschätzungen von Kompetenzen

4.11 Titelwissen erweitern

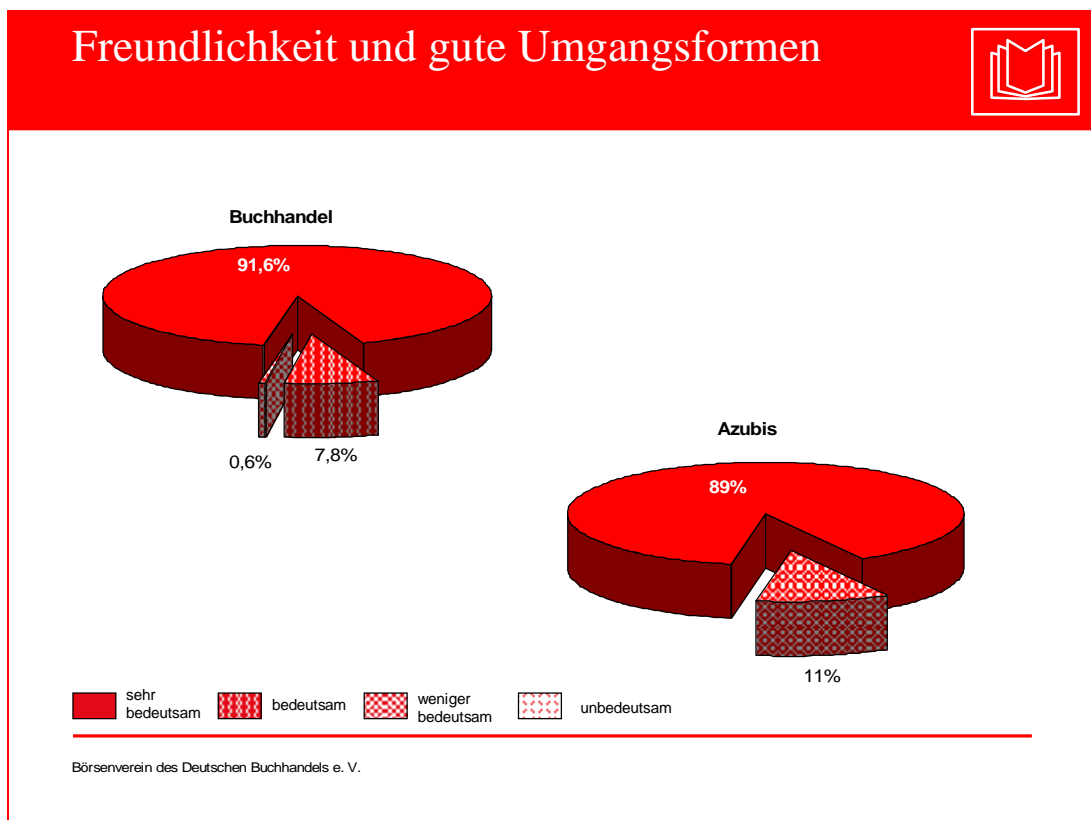
Einigkeit besteht im Punkt „Titelwissen erweitern“. Nie zuvor gab es eine derart große Titelflut, so dass neben dem Lesen mehr denn je eine Beherrschung der Recherchemöglichkeiten und -wege zur Grundkompetenz eines Buchhändlers gehören. Auch der Umgang mit neuen Medien und Technologien ist unumgänglich, um neue Titel schnell und dem Kundenwunsch entsprechend finden zu können.



- „Der Deutschunterricht in der Schule ist albern, niemand fragt mich, wie ich Schiller finde oder ob Lessing spannend schreibt.“ (Gruppe Azubi, 20 Jahre)
- „Unerlässlich für die gute Beratung ist die Suche nach empfehlenswerten Titeln: d.h. lesen, lesen, lesen!“ (Gruppe Buchhandel, 56 Jahre)

4.12 Freundlichkeit und gute Umgangsformen

Die größte Bedeutsamkeit im Buchhandel haben Freundlichkeit und gute Umgangsformen. In der Tat ist diese Kompetenz eine selbstverständliche Grundvoraussetzung für den Handels- und Verkaufserfolg. Grundsätzlich sollten nur Menschen, die gerne und gut kommunizieren, in einen Verkaufsberuf gehen. Empathie kann man nicht lernen, aber Freundlichkeit ohne Fach- und Verkaufskompetenz zielt ins Leere.



5. Bezeichnung des Berufsbilds der Zukunft

5. Bezeichnung des Berufsbilds der Zukunft

Die offene Frage nach einer Bezeichnung für das Berufsbildszenario der Zukunft hat zu vielen Vorschlägen und Kommentaren angeregt. In der Gruppe Buchhandel haben sich dennoch explizit 13 % für die Bezeichnung „Buchhändler/Buchhändlerin“ ausgesprochen, in der Gruppe Azubi waren es 15%.

- „Trotz all dem immer noch Buchhändler und daher als Treffpunkt interessierter Menschen und weniger als unpersönlicher E-Commerce Tummelplatz“ (Gruppe Buchhandel, 48 Jahre)
- „Buchhändler! Es wird immer noch mit dem Hauptmedium Buch gehandelt, wenn auch mit modernen Extras und in neuen Erscheinungsformen.“ (Gruppe Azubi, 23 Jahre)

Aus der Summe der kommentierten Vorschläge kann man entnehmen, dass die Gruppe der Azubis weniger aufgeschlossen gegenüber einer Erweiterung oder Änderung der Berufsbezeichnung ist, als die Gruppe Buchhandel. Besonders häufig genannt sind die Betonung auf dem Medium Buch als alleiniges Produkt im Buchhandel und die eher konservative Haltung gegenüber anderen Wiedergabemedien.

- „So wird die Zukunft nicht aussehen! Eine gesunde Mischung aus Fiktion und Realität wird sich entwickeln. Der Fortschritt macht halt auch vor Buchhändlern nicht halt!“ (Gruppe Buchhandel, 30 Jahre)
- „Für Bücher braucht man auch die Sinne: Fühlen, Schmecken, Riechen.“ (Gruppe Buchhandel, 50 Jahre)
- „Schade, die Computerisierung und Elektronisierung von Texten (Büchern) als Datei wird ein großer Verlust bzw. der Untergang des Mediums Buchs sein. Ich möchte mir das eigentlich gar nicht vorstellen!“ (Gruppe Buchhandel, 54 Jahre)
- „Rundum kundenorientierte Dienstleistung mit großem Bereich an Eigenverantwortung und nur erfolgreich bei entsprechend persönlichem Format.“ (Gruppe Buchhandel)
- „Das wäre dann mehr verkaufen als beraten.“ (Gruppe Azubi, 19 Jahre)
- „Man muss sich als Buchhändler dann viel mehr auf Computer spezialisieren.“ (Gruppe Azubi, 17 Jahre)
- „Äußerst bedenklich, dann werden die Bücher wohl bald ganz weg sein.“ (Gruppe Azubi, 24 Jahre)
- „Zum einen eine sehr negative Veränderung, da der Schwerpunkt nicht mehr auf dem Medium Buch liegt, zum anderen könnte es auch eine Chance für den Buchhandel sein.“ (Gruppe Azubi, 23 Jahre)

5. Bezeichnung des Berufsbilds der Zukunft

Die meisten Vorschläge für eine Berufsbezeichnung beinhalten die Begriffe **Medien, Buch, Kultur, Literatur, Information und Wissen**, als zweite Komponente wird **Handeln, Beraten, Vermitteln, Beschaffen** und **Verkaufen** genannt. Sowohl in der Gruppe Buchhandel, als auch in der Gruppe Azubi wurde in knapp 80% der Fragebögen ein Vorschlag eingereicht. Ein deutlicher Unterschied in der Terminologie der vorgeschlagenen Bezeichnungen konnte nicht festgestellt werden. Die Sortierung innerhalb der Oberbegriffe ergibt sich aus der Häufigkeit der Nennungen.

∅ Vorschläge zum Begriff **Medien**

- § Medienhändler/-händlerin
- § Medienverkäufer/-verkäuferin
- § Medienkaufmann/-kauffrau
- § Medienmanager/-managerin
- § Medienfachhändler/-fachhändlerin
- § Medienfachberater/-fachberaterin
- § Medienservice

∅ Vorschläge zu den Begriffen **Buch, Kultur, Literatur**

- § Buch- und Medienhändler/-händlerin
- § Buchhändler Digital und Print
- § Literaturhändler/-händlerin
- § Literaturmedienhändler/-händlerin
- § Bookbroker
- § Kultur- und Mediendienstleister/-in, Kultur- und Medienkaufmann/-frau

∅ Vorschläge zu den Begriffen **Information und Wissen**

- § Informationshändler/-händlerin
- § Informationsvermittler
- § Wissens- und Medienbeschaffer
- § Informations- und Medienkauffrau/-kaufmann

Der Weg der Begriffsfindung wird oft erklärt und kommentiert, ein Beispiel ist:

„Weniger als Händler, mehr als Mittler. **Informationsbroker für Medien**. Wir sind Mittler zwischen Kunden und Informationsbesitzern, nicht nur klassischen Verlagen, sondern Autoren direkt, Bildagenturen etc. Es wird wichtig, diese Rolle auch aktiv zu füllen und Bedarfe zu wecken statt zu warten, dass der Kunde etwas möchte. Weg vom Berater, hin zum Verkäufer!“ (Gruppe Buchhandel, 39 Jahre)

5. Bezeichnung des Berufsbilds der Zukunft

Neben einer neuen Berufsbezeichnung wird auch eine Schwerpunktsetzung oder Spezialisierung vorgeschlagen.

Ø Beispiele mit **Schwerpunktsetzung/ Spezialisierung**

- § Medienhändler/Medienhändlerin Schwerpunkt Neue Medien
- § Medienhändler/Medienhändlerin Schwerpunkt Allgemeines Sortiment
- § Buch- und Medienhändler Schwerpunkt Print
- § Medienkaufmann/Medienkauffrau Schwerpunkt Buchhandel

Die Bandbreite der Antworten zeigt, wie umfassend die Tätigkeiten des Berufsbilds im Buchhandel sind. Die Frage nach einer Erweiterung oder Änderung der Berufsbezeichnung wird weiterhin thematisiert und diskutiert werden.

6. Fazit

- „Es fällt schwer, bei den angebotenen Punkten nicht überall „sehr bedeutsam“ zu wählen.“ (Gruppe Buchhandel, 39 Jahre)

Dieser Sprecher aus der Gruppe Buchhandel stellt fest, dass die in der Umfrage vorgenommene Auswahl der Kenntnisse, Fähigkeiten und Kompetenzen berufstypisch ist. Dennoch zeigt erst die Auswertung, wie Buchhändlerinnen und Buchhändler sowie Auszubildende diese Auswahl im Einzelnen einschätzen.

Einige Ergebnisse regen zum Nachdenken an und werfen Fragen auf. Deutlich erkennbar ist zum Beispiel, dass unser Branchennachwuchs konservativer auftritt als erfahrene Buchhändlerinnen und Buchhändler. Dies ist keine buchhandelsspezifische Besonderheit, sondern ein gesamtgesellschaftliches Phänomen. Wie können wir unsere Azubis in der Buchbranche stärken und mögliche Vorbehalte abbauen?

Das Bewusstsein für den Sinn und Inhalt der **Ausbildungszeit** einerseits und die Notwendigkeit **lebenslangen Lernens** andererseits gilt es zu schärfen.

Bildung und Wissen sind die Themen der Zukunft und Voraussetzung für Qualität. Gemeinsam sind wir in der Verantwortung, diese Qualität zu erhalten, zu verbessern und mit Fachwissen, Kompetenz und Engagement neue Standards in der Buchbranche zu setzen. Konkret kann jeder Einzelne und jede Einzelne an der eigenen Aus- und Weiterbildung arbeiten, offen sein und die Aufgaben anpacken.

Besonders in den Bereichen Betriebswirtschaft, Verkauf, Vertrieb sowie Medien- und Handlungskompetenz können klare Handlungsfelder ausgemacht werden, die „angepackt“ werden müssen.

Die hohe Beteiligung an der Umfrage zeigt, dass wir im Dialog miteinander sind, diesen noch stärker ausbauen und damit gemeinsam die Berufspraxis stärken können.

- „Sicherlich ist es notwendig, alte Werte mit Neuem zu verbinden und mit dem Fortschritt zu gehen. Sofern dieser als solcher zu benennen ist. Der Buchhandel braucht keine Ablösung, sondern beispielsweise eine bessere Taktik zur Individualisierung/ Spezialisierung, die einen guten Verkauf auch für eigenständige Buchhandlungen fördert.“ (Gruppe Azubi, 18 Jahre)

Auch das Berufsbild im Buchhandel muss durch grundlegende Werbung und Information nach außen hin gestärkt werden. Nach innen muss die inhaltliche und perspektivische Ausrichtung sorgsam angegangen und umgesetzt werden: Machen wir es doch gemeinsam!

- „Das neue Berufsbild muss flexibel sein! Es ist schwer zu sagen, wohin die Reise geht.“ (Gruppe Buchhandel)

Herausgeber:
Börsenverein des Deutschen Buchhandels e.V.
Referat Berufsbildung
Großer Hirschgraben 17-21
60311 Frankfurt am Main
Tel. +49 (0) 69 1306-0
Fax +49 (0) 69 1306-201
www.boersenverein.de

Ansprechpartnerinnen:
Monika Kolb-Klausch (kolb@boev.de)
Nele Drewello (drewello@boev.de)

© März 2008
Börsenverein des Deutschen Buchhandels e.V.

Vervielfältigung, auch auszugsweise, nur mit ausdrücklicher Genehmigung
des Herausgebers