

Die Buchhandlung Rupprecht behauptet sich als Mittelständler unter den Top 10 des deutschen Buchhandels. Das Erfolgsgeheimnis dabei ist unter anderem, dass sie nicht nur die Trends im Buchhandel im Auge behält, sondern sich auch für die Entwicklungen in der Ladengestaltung interessiert.

# Sie sollten es lieber lassen, meinten die Experten

„Wenn sich die Welt draußen schneller wandelt als wir mit unserem Unternehmen, dann haben wir etwas falsch gemacht.“ Mit dieser Maxime haben Maria und Johannes Rupprecht aus einem kleinen Buchladen in Vohenstrauß ein Unternehmen mit heute 200 Mitarbeitern geschaffen. Die Buchhandlung Rupprecht GmbH mit ihren zwölf Filialen in zehn bayerischen Städten rangiert aktuell auf Platz sieben der deutschen Buchhandelsfilialisten. Teil des Unternehmens ist darüber hinaus „Der Rabe“, größter Fachversender für Kinder- und Jugendbücher im deutschsprachigen Raum.

Begonnen hat die Firmengeschichte 1988 mit einem Ladengeschäft von 33 Quadratmetern in Vohenstrauß – „und mit dem Expertenrat, es doch lieber bleiben zu lassen“, erzählt Maria Rupprecht. Denn die allgemein anerkannte Regel lautet, dass Gemeinden unter 10.000 Einwohner keine Buchhandlung ernähren können. Für die Rupprechts

hat es sich gelohnt, den Rat zu ignorieren. Denn sie schafften es, ihren kleinen Buchladen zu einem profitablen Unternehmen auszubauen. „Das ging aber nur, weil wir selber aus der Region stammen, die Menschen und Verhältnisse kennen.“

Trotzdem war den Rupprechts schnell klar, das ihr kleines Geschäft sie auf Dauer nicht tragen würde und sie expandieren müssen. 1993 bot sich die Gelegenheit, in den Versandbuchhandel einzusteigen. Sie kauften den eingeführten Versender von Kinder- und Jugendbüchern „Der Rabe“, der neben den Präsenzbuchhandlungen heute das zweite Standbein des Unternehmens bildet.

## Erste Filialgründung in Weiden

Nach der Expansion in größere Räume 1994 folgte ab 1997 die Erweiterung über Vohenstrauß hinaus. „Unsere erste Filiale gründeten wir in Weiden“, so Maria Rupprecht. 1998





folgte die Übernahme dreier bestehender Geschäfte, zwei in Passau, eins in Straubing, und damit der Einstieg in den wissenschaftlichen Buchhandel, den einer der Passauer Läden betrieb.

1999 gründete Rupprecht seine Filiale Marktredwitz im damals neu eröffneten Köseine-Einkaufszentrum, ein Jahr später übernahm das Unternehmen ein Geschäft in Cham.

Im selben Jahr wagten sich Maria und Johannes Rupprecht an einen größeren Coup. Nicht nur, dass sie den Schritt aus ihrer ostbayerischen Heimat hinaus nach München machten. Dort kauften sie niemand geringeren als die renommierte Universitätsbuchhandlung Hueber mit zwei Filialen in der Nähe der Ludwigs-Maximilian-Universität „und einer 100-jährigen Firmengeschichte!“, wie Maria Rupprecht betont. Das Haus genießt einen bundesweiten Ruf in den geisteswissenschaftlichen Fächern.

Nach gelungener Integration von Hueber ins

Unternehmen folgten 2003 und 2004 Neueröffnungen in Neumarkt und Amberg. Jüngster Schritt in der Expansion ist diesen Monat die Neueröffnung einer Filiale in der Nürnberger Fußgängerzone.

#### Auf die Lage kommt es an

„Für einen florierenden Buchladen mit allgemeinem Sortiment kommt es heute mehr denn je auf die Lage an“, sagt Rupprecht. Die Breite Gasse in der Nürnberger Innenstadt bietet solch eine 1a-Lage mit bester Kundenfrequenz. Optimal ist darüber hinaus, dass die gesamte Verkaufsfläche von 720 Quadratmetern auf einer Ebene liegt. „Unser Weidener Geschäft mit seinen drei Stockwerken hat dagegen aus heutiger Sicht nicht die optimale Raumaufteilung“, erklärt Maria Rupprecht. Die Mitarbeiterinnen haben es viel schwerer, den ganzen Laden im Auge zu behalten. Die Kunden legen Wert auf ein großzügiges, offenes Ambiente.

Überhaupt darf eine Buchhandlung heute nicht verstaubt oder altbacken daherkommen, weiß Rupprecht „Wir halten die Augen offen, welche Trends und Entwicklungen die Ladengestaltung prägen, nicht nur im Buchhandel, und setzen sie bei uns um. Das ist ein ständiger Innovationsprozess.“ Und eines der Erfolgsgeheimnisse von Rupprecht.

Das Unternehmen ist als Mittelständler in einem Markt unterwegs, der mehr und mehr von Großbuchhändlern geprägt wird. Größter Fisch



**IHK Service**

#### Podcast

Den Audiobeitrag können Sie downloaden: [www.ihk-regensburg.de/podcast](http://www.ihk-regensburg.de/podcast)



im deutschen Teich ist das seit kurzem fusionierte Unternehmen Weltbild/Hugendubel, auf Platz zwei folgt der aus Hamburg stammende Thalia-Konzern. Kleinere, inhabergeführte Geschäfte haben es im Buchhandel, wie insgesamt im Handel, immer schwerer. Die Rupprecht GmbH selber ist ebenfalls durch Zukäufe bestehender Geschäfte gewachsen, möchte sich in ihren Geschäftspraktiken aber deutlich von den großen unterscheiden. „Wir setzen auf eine individuelle Beratung von Kunden, die Bücher lieben“, fasst Maria Rupprecht die Philosophie zusammen. Das gilt im gleichen Maße für die Läden vor Ort, wie für das Versandgeschäft. Kunden von Rupprecht und „Der Rabe“ sind bibliophile Menschen, die Spaß an hochwertigen gebundenen Ausgaben mit schönen Details haben.

#### Qualifizierte Mitarbeiter machen den Erfolg aus

„Zum Binden dieser Zielgruppe spielen unsere Mitarbeiter die Schlüsselrolle. Unsere Leute sind unser eigentliches Erfolgsgeheimnis“, davon ist Maria Rupprecht überzeugt. Und



# SPÜRBAR MEHR HÖRBAR!

## RADIO.WERBUNG

KONZEPT  
PRODUKTION  
SCHALTUNG

## SOUND.DESIGN

CORPORATE SOUND  
JINGLE  
AUDIO-LOGO

## AUDIO.MARKETING

PODCAST  
TELEFONANSAGEN  
AUDIO-GUIDE



**P&P STUDIOS**  
AUDIO-AGENTUR



darauf fokussiert das Unternehmen seine Strategie, beginnend bei der Auswahl der Bewerber.

Im Buchhandel allgemein sind vier von fünf Mitarbeitern weiblich, so auch bei Rupprecht. Zwar ist das Abitur keine zwingende Voraussetzung, um den Beruf des Buchhändlers zu erlernen, doch faktisch bringen die meisten Bewerber die Hochschulreife mit. Immer öfter steigen Leute mit abgeschlossenem Studium auf den Beruf um – bevorzugt aus geisteswissenschaftlichen Fächern. „So sind unsere Berufsanfänger in der Regel zwischen 19 und 30 Jahre alt“, berichtet Maria Rupprecht, der Schwerpunkt besteht dabei bei den Endzwanzigern. Bei derzeit 200 Mitarbeitern bildet das Unternehmen ständig zwischen 35 und 40 Azubis aus, eine Quote, die weithin ihresgleichen sucht. Den Schwerpunkt machen die Buchhändler aus, doch gehören dazu ebenso Mediengestalter oder IT-Kaufleute. „Wir bilden immer über unseren aktuellen Bedarf aus, und konnten trotzdem dank der Expansion des Unternehmens fast immer alle erfolgreichen Absolventen übernehmen“, so Rupprecht. „Das ist unser Weg der Zukunftssicherung.“

Nach der Lehre schließen sich ständige Weiterbildungen an. Für die Buchhändler bevorzugt im Hause selbst, bei den Verwaltungskräften zumeist mit externen Weiterbildungspartnern wie der IHK.

Gutes, engagiertes und flexibles Personal, das am besten aus der Region stammt, hält die Läden am Laufen. Die Kunden schätzen den Expertenrat der Mitarbeiterinnen und honorieren, fachkundig durch den Dschungel des Büchermarkts geleitet zu werden.

### Ordnung in der Flut der Neuerscheinungen

Dazu gehört, dass eine Buchhandlung von vornherein ein sorgfältig ausgesuchtes Sortiment führt. „Im Schnitt erscheinen in Deutschland 80.000 neue Titel im Jahr. Da haben selbst wir Fachleute es schwer, den Überblick zu behalten, die Kunden sind restlos überfordert“, sagt Rupprecht. Ihr Unternehmen setzt bei der Auswahl nicht auf einen zentralen Einkauf, auch nicht auf den Einkauf durch die Filialeiter, sondern auf jede einzelne Mitarbeiterin, ihr Fachwissen und ihre Kenntnis bei den Kundenwünschen. Die Buchhändlerinnen verantworten innerhalb der Geschäfte bestimmte Segmente, zum Beispiel „Kochen und Gesundheit“, und ordern für ihren Zuständigkeitsbereich die Titel und Mengen. „Gute, motivierte Leute wollen Verantwortung tragen – das respektieren wir und haben damit Erfolg“, so Maria Rupprecht.

Die Konkurrenz der reinen Internetbuchhändler fürchten die Rupprechts nicht. „Viele unserer Kunden halten sich einfach gerne in einer Buchhandlung auf, verbringen hier Zeit, schmökern und lassen sich vom Angebot inspirieren. Da spielen Amazon und andere eine eher untergeordnete Rolle“, berichtet Maria Rupprecht aus der Praxis.

### Innovative Vertriebsformen bei Fachbüchern

Ein wenig anders stellt sich die Lage bei den Fachbüchern dar, die gezielt gekauft werden, wenn man sie braucht. Hier fährt Rupprecht zweigleisig. Zum einen setzt das Unterneh-

men auf guten Service, bei dem bestellte Bücher wie beim Internethändler innerhalb eines Tages geliefert werden. Zum zweiten bietet es auf der eigenen Homepage einen Bestellservice, der alles bereit hält, was sich über den Großhandel beziehen lässt. So sollen die vorhandenen Kunden online gebunden werden. Die Online-Bestellmöglichkeit beschränkt sich natürlich nicht nur auf die Fachbücher, sondern gilt für das gesamte Sortiment.

Insgesamt ist der Zug ins Internet nicht so stark, wie man vermuten möchte. Denn selbst beim reinen Versandhändler „Der Rabe“ laufen nur rund 30 Prozent der Bestellungen online. Der größte Teil der Kunden ordert nach wie vor per Telefon – und ist hier wie in den Läden dankbar für persönliche Beratung.

So wenig wie bislang der Onlinehandel den Präsenzhandel mit Büchern verdrängen konnte, so wenig fürchtet Maria Rupprecht, dass in näherer Zukunft Online-Medien das Buch verdrängen werden. Die Nutzer hängen am Buch, selbst wenn ihnen elektronische Medien Vorteile verschaffen würden.

„Ernsthafte Alternativen gibt es im Fachbuchbereich, zum Beispiel für Juristen“, so Rupprecht, wo wichtige Verlage die Flut der sich durch ständig ändernde Gesetze schnell veraltenden Literatur durch Online-Angebote kanalisiert. „Hier müssen wir in der Beratung alten wie jungen Juristen erklären, dass ihnen das elektronische Medium tatsächlich Vorteile bringt.“ Eine Herausforderung auch für die Mitarbeiter, denn wie sich der Inhalt von der bedruckten Seite löst und virtuell



zur Verfügung steht, wandelt sich das Berufsbild des Buchhändlers zum Informationshändler.

#### Jugendbücher florieren dank Harry Potter

Nicht bestätigen kann Maria Rupprecht auch, dass Kinder und Jugendliche mit Büchern nichts mehr anfangen wollen. „Der Rabe“ floriert. Das Angebot an Büchern für Kinder bis zum 10. Lebensjahr ist groß wie nie. Nicht zuletzt dank der Abenteuer des Zauberlehrlings Harry Potter hat das Jugendbuch einen ganz neuen Stellenwert. „Eltern, die bei uns einkaufen, möchten ihre Kinder bewusst ans Lesen heran führen“, so Rupprecht. Wenn ein neuer Katalog erscheint, muss das Call-Center in Vohenstrauß bis Mitternacht besetzt bleiben, um

die Flut der täglich 3.000 Bestellungen annehmen zu können.

Zweigleisig aufgestellt mit Versand- und Präsenzbuchhandel sieht Maria Rupprecht mit Zuversicht und Freude an ihrer Arbeit in die Zukunft. 2006 hat das Unternehmen erneut ein Umsatzplus an allen Standorten geschafft. Mittelfristiges Ziel ist, dass Rupprecht sich als Mittelständler unter den Top Ten des deutschen Buchhandels behaupten kann und damit einen Beitrag zur Meinungsvielfalt leistet. „Bedauerlich wäre eine Situation, wo weniger kommerzielle Bücher gar nicht mehr verlegt würden, weil sie nicht ins Einkaufsportfolio von Großbuchhändlern passen“, sagt Maria Rupprecht. „Unsere ständige Herausforderung ist, den Wandel zu gestalten statt ihn zu erleiden – damit bleiben wir zukunftsfähig.“

*Christian Omonsky, PR+Werbung Ludwig Faust*

## SOLARSTROM. ERZIELEN SIE RENDITEN UM 10%.



Verlassen Sie sich auf den führenden Anbieter für Photovoltaik-Anlagen. Von SunTechnics erhalten Sie:

- Maßgeschneiderte Leasing-Konzepte
- Umfassende Fördermittelberatung
- Individuelle Planung & fachgerechte Montage
- Automatische Anlagenüberwachung
- 10 Jahre Garantie auf Ihre Erträge

SunTechnics Niederlassung München | Telefon 089-89 45 95 60  
NL.Muenchen@SunTechnics.de | www.SunTechnics.de

Meik Rekowski | Telefon 089-89 45 95 81  
Mob. +49-160-90 71 09 03 | m.rekowski@suntechnics.de



**SunTechnics**  
*be a part of it.*