



Buchhandlung und mehr: Reisefibel

Vielfältige Bündelung unter dem Reisedach

Das Geschäft mit Büchern ist in der Reisefibel mittlerweile eines von vielen. Dirk Weckwert hat nach und nach andere, ertragreiche Segmente aufgebaut.

Die ganze Welt des Reisens aus einer Hand: Dirk Weckwert ist Inhaber der Leipziger Reisefibel, die als Buchhandlung gestartet ist und heute fünf geschäftliche Standbeine hat. Als Spezialbuchhandlung liegt die besondere Kompetenz auf Karten (s. Foto S. 36). Bildbände und Globen werden ebenfalls angeboten (s. Foto S. 36), gehören aber zu den Produkten mit rückläufiger Nachfrage.

Dirk Weckwert (52) tanzt auf vielen Hochzeiten. Er ist nicht nur Buchhändler, er ist auch Touristikanbieter, Veranstalter und Verkäufer von Outdoorbekleidung. Die verschiedenen Angebote laufen im Zentrum von Leipzig zusammen, wo Weckwert zusammen mit seiner Frau und fünf Angestellten die 140 qm große Reisefibel betreibt. In den fünf Meter hohen, lichtdurchfluteten Räumen, die zum 1912 erbauten Leipziger Stadthaus gehören, verteilt sich das Sortiment auf zwei Ebenen: Unten gehen Buch und Kartografie fließend über in das an Alpinisten gerichtete Bekleidungssortiment der Südtiroler Marke Montura. Das Reisebüro erreicht man über eine Treppe im hinteren Teil des Geschäfts,

wo der Einzug der zweiten Ebene den opulenten Raumeindruck kaum stört.

Das Konzept, alles zum Thema Reise aus einer Hand anzubieten, stand bereits mit der Gründung im Jahr 1994 fest – erdacht von findigen Quereinsteigern, die die Leidenschaft fürs Reisen einte: Weder Weckwert noch seine Frau sind gelernte Buchhändler, sondern haben noch in der DDR ihren Abschluss als Diplomökonominnen gemacht. Direkt nach dem Fall der Berliner Mauer zog es die beiden für ein halbes Jahr in die USA. Auch später, als sie bei internationalen Firmen arbeiteten, ebte das Reisefieber nicht ab, im Gegenteil: Man überlegte, wie man das akute Fernweh zum Beruf machen könnte. Als in



Leipzig eine Reisebuchhandlung vor der Schließung stand, sahen die Weckwerts ihre Stunde gekommen. Nach der Übernahme wurde zunächst das Buch- und Kartenangebot ausgebaut. Bereits ein Jahr später kam das Reisebüro und die Vortragsreihe „Die Welt im Sucher“ dazu, die je nach Größe der Veranstaltung in den eigenen Räumen, im Mendelssohn-Saal des Gewandhauses mit Platz für knapp 500 Gäste oder in einem Hotel stattfindet.

Weniger direkte Synergien als gedacht

Der Vorteil des Geschäftsmodells liegt laut Dirk Weckwert nicht nur in der Verteilung der Umsätze auf mehrere Standbeine, sondern auch in den Synergieeffekten. Gerade die Kompetenz bei Reiseführern und Karten schaffe Vertrauen und damit Anknüpfungspunkte im Kundengespräch, etwa für das Buchen einer Reise. Dasselbe gilt für die Vortragsreihe, die in Kooperation mit der „Leipziger Volkszeitung“ veranstaltet wird: Namhafte Referenten wie Reinhold Messner, Hans Kammerlander, Gerlinde Kaltenbrunner oder Rüdiger Nehberg berichten vor großem Publikum von ihren Reiseabenteuern, was dem Laden hin und wieder auch neue Kunden zuführt.

Die besonders naheliegende Variante – zu einer Reise wird das passende Buch gekauft – komme nur noch selten vor, seit sich das Internet als ernst zu nehmender Vertriebskanal etabliert hat. Denn gerade das umsatzträchtige Geschäft mit Individual-Flugreisen, zu denen die Reiseführer laut Weckwert gern mitgenommen wurden, ist nahezu komplett abgewandert. Heute sind die Weckwerts im Touristik-Segment auf die Vermittlung hochpreisiger Gruppenreisen als Kultur-, Studien- oder Aktivreisen spezialisiert, ein Segment, bei dem Führungen und teils auch die gedruckten Reiseführer bereits im Paket enthalten sind.

Grundsätzlich merkt Weckwert an, dass Synergien jedoch „nicht so häufig zum Tragen kommen, wie viele es vermuten“, denn der Kunde sei monothematisch eingestellt und kaufe oft eben nur das, wofür er in den Laden gekommen sei.

Einbußen im Gedruckten

Abnehmende Synergien sind das Eine. Die „dramatischen“ Umsatzeinbrüche im Buch- und Kartensegment lastet Weckwert vor

allem dem veränderten Kaufverhalten der Kunden an. Seit Mitte der 2000er-Jahre, als das Geschäft wegen Umbauarbeiten auch noch einen Umzug verkräften musste, verzeichnete die Reisefibel in diesem Segment einen Umsatzrückgang von rund 15%. Seit vier Jahren stagniert der Umsatz „auf niedrigem Niveau“. Weckwert hat die Anzahl der Titel deshalb etwas zurückgefahren, versucht aber mit 4000 Buchtiteln und ebenso vielen Karten noch ein möglichst breites Sortiment vorrätig zu halten.

Die besondere Kompetenz des Geschäfts sieht Weckwert weniger im Buchbereich – hier sei die Marktkonzentration mittlerweile so weit vorangeschritten, dass jeder Allgemeinsortimenter mit einer kleinen Zahl von Verlagsauslieferungen ein solides Angebot an Reiseführern schaffen könne. Ein Alleinstellungsmerkmal schaffe eher die in der Reisefibel mit viel Liebe gepflegte Kartografie. Da dieser Bereich mit größerem Aufwand und einer gewissen Fachkenntnis verbunden sei, werde er anderswo oft stiefmütterlich behandelt. Weckwert beobachtet hier bei seinen Kunden eine stärkere Hinwendung zu Spezialkarten in den Bereichen Wandern und Radfahren, während Stadtpläne und Länderkarten immer mehr durch digitale Navigationssysteme ersetzt würden.

Spezialisierung auf eine Marke

Die Umsatzrückgänge im Touristik- und Buchgeschäft waren 2008 auch der Grund, mit Outdoorbekleidung einen vollkommen neuen Bereich hinzuzunehmen, „der uns das Profil nicht kaputt macht und zudem erlösträchtiger ist als die anderen Standbeine“, erläutert Weckwert. Die Kooperation mit der Südtiroler Marke Montura, auf der heute der Schwerpunkt in diesem Segment liegt, kam durch den befreundeten Extrembergsteiger und Montura-Markenbotschafter Hans Kammerlander zustande.

Die Ironie der Geschichte: Der Verkauf stützt sich zu 80% auf den Versand. „Vorher wurde uns viel Umsatz vom Internet abgenommen, an dieser Stelle haben wir zurückgeschlagen“, freut sich Weckwert, der einen eigenen Webshop für den Vertrieb eingerichtet hat. Ein gewisses Durchhaltevermögen sei allerdings vonnöten gewesen, um den neuen Geschäftsbereich aufzubauen. „Da muss man auch mal drei Jahre die

Augen zumachen und sich sagen: Ich glaube daran und bezahle einen Mitarbeiter, der sich in diesem Feld spezialisiert hat.“

Auf Tour mit Reinhold Messner

In den vergangenen Jahren hat sich durch die über 20-jährige Erfahrung im Veranstaltungsbereich sogar noch ein fünftes Standbein entwickelt, das zusammen mit dem Outdoor-Segment mittlerweile zu den wichtigsten Umsatzbringern gehört: Die Reisefibel konnte sich als Veranstalter für Reinhold Messner in Deutschland etablieren, mit jährlich rund 20 Veranstaltungen. Derzeit ist Weckwert mit Messner und seinem Multivisionsvortrag „Über Leben“ auf Tour und kann dabei auch seine Kompetenz als Buchhändler einbringen, indem er passende Büchertische anbietet.

Die verschiedenen Standbeine der Reisefibel verteilen sich auf je einen Mitarbeiter, die wie die Weckwerts selbst Seiteneinsteiger sind und u.a. Abschlüsse in Geografie, Veranstaltungsmanagement, Kunst und Pädagogik haben. Allein Dirk Weckwert ist in alle Bereiche eingebunden. Die Fäden laufen außerdem auf der Internetseite zusammen, auf der sich die Kunden informieren und sogar selbst in einem Blog ihre Reise-Erfahrungen schildern können.

Nicole Stöcker stoecker@buchreport.de



Reisefibel

Reisebüro & Buchhandlung
Markgrafenstraße 5
04109 Leipzig
Tel. (03 41) 21 58 70
info@reisefibel.de
www.reisefibel.de

- Inhaber: Dirk Weckwert
- Standbeine:
 - Spezialbuchhandlung für Reiseliteratur (8000 Titel)
 - Reisebüro (u.a. Studiosus, Hauser-Exkursionen)
 - Vortragsreihe „Welt im Sucher“ mit jährlich 15 bis 20 Veranstaltungen von Oktober bis März
 - Montura Store (www.montura-store.de)
 - Veranstalter für Reinhold Messner in Deutschland (www.messner-live.de)
- Verkaufsfläche: 140 qm, davon 50% Bücher + Karten
- Mitarbeiter: 5