

# Mit Prozenten punkten

**Modernes Antiquariat** Der Buchvertrieb Blank hat ausschließlich Exklusivware im Angebot und schnürt seinen Kunden abwechslungsreiche Pakete - eine Strategie für erfolgreiches Agieren im schnelllebigen MA-Geschäft.



© Buchvertrieb Blank Media

**Klaus Töberich:**  
Der Geschäftsführer von Buchvertrieb Blank hat neuerdings auch Hörbücher im Programm

Die oberbayerische Gemeinde Vierkirchen hat die Zeichen der Zeit erkannt: Zwar ist der Ort gut 30 Kilometer von München entfernt, doch durch die S-Bahn-Anbindung haben sich bislang mehr als 50 Betriebe im Gewerbegebiet angesiedelt, darunter die Buchvertrieb Blank GmbH. Würden Schilder und Fahnen nicht auf das

Unternehmen hinweisen, könnte man leicht daran vorbeifahren. Obwohl Blank in fünf Hallen residiert und auf einer Fläche von 4 000 Quadratmetern ca. fünf Millionen Bücher gelagert hat.

»Blank gehört sicher zu den drei größten Buchvertrieben für Modernes Antiquariat«, sagt Geschäftsführer Klaus Töberich. Angefangen hat alles vor genau 20

Jahren. Damals kam Firmengründerin Ingeborg Blank, Buchhändlerin mit Antiquariaterfahrung, die Idee, einen Vertrieb für Remittenden und Restauflagen allein im Taschenbuch aufzuziehen. Verlage wie Piper, Ullstein, dtv, S. Fischer und Rowohlt unterstützten ihre Pläne. Als Ingeborg Blank 1997 starb, ging es mit dem Geschäft bergab. Die Er-

Text:  
Andreas Trojan



© Nicole Heßme

ben interessierten sich kaum für den Buchvertrieb, zwischenzeitlich übernahm die Bonnier-Gruppe. Erst mit dem gelernten Verlagskaufmann Klaus Töberich, seit 2001 Geschäftsführer, gewann Blank wieder an Fahrt. Auch wenn Bonnier heute noch Hauptgesellschafter ist, »heißt das nicht, dass wir automatisch die Bücher aus den Bonnier-Verlagen

bekommen. Wir müssen wie alle anderen Mitbewerber darum kämpfen«, behauptet Töberich.

Dennoch: Der Buchvertrieb hat laut Töberich mit nicht wenigen Verlagen einen Exklusivvertrag, wonach alle Remittenden und Restauflagen an den Buchvertrieb fallen. Zu diesen Partnern gehören Diogenes, Aufbau, Piper, Ullstein und MairDumont. Bei der

Zusammenarbeit gibt es mehrere Optionen: Entweder übernimmt Blank ohne Ansehen von Autor und Titel komplette Restauflagen und Mängel Exemplare oder man bietet um Teile des Verlagsprogramms. »Wir bestehen darauf, dass uns überlassene Titel nicht anderweitig angeboten werden«, erläutert Töberich die Philosophie des Hauses. ➤



Bild © Buchvertrieb Blank




Blank stellt sich vor: Auf der Buchmesse (links) und im Showroom im Berliner Ullstein-Haus präsentiert der Buchvertrieb sein Angebot

ket mit 100 Büchern offerieren, sind auch 100 verschiedene Titel drin«, sagt der Blank-Chef. Durch diese Vielfalt ergäben sich für die Sortimenter bessere Absatzmöglichkeiten.

Elf Vertreter reisen mit den Paketange-

boten durch Deutschland, Österreich und die Schweiz. Bei der Titelliste mit Restbeständen und großen Remittenden-Mengen wird anders vorgegangen. Schließlich hat Blank 5 000 solcher Titel im Programm – doch mit 5 000 Mustern im Koffer lässt sich schwer reisen. Blank hat deshalb Kundenmappen zusammengestellt, in denen alle Titel gelistet und mit einem Strichcode versehen sind. Bestellungen können kurzerhand eingescannt werden. Weil die Nebenmärkte immer wichtiger werden, gibt es dafür eigene Vertreter.

Mit aufgebrochenen Paletten und riesigen Ramschkartons, in denen Mitarbeiter nach einem bestimmten Titel suchen, hat das alles nichts mehr zu tun. Wobei sich Töberich noch gut an seine Anfänge bei Blank erinnern kann: »Ich habe Zeiten erlebt, in denen es noch reine Blocklagerung gab und keinerlei moderne Logistik.« Das ist heute anders. In den fünf Hallen hat man direkten Zugriff auf 7 000 Palettenplätze, und eine ausgeklügelte EDV sorgt für reibungslose Abläufe. »Wir können auf Knopfdruck herausfinden, wo sich eine bestimmte Ware in welcher Menge befindet.«

Für die nächsten Jahre gibt sich der Blank-Chef optimistisch: »Das Geschäft mit dem Modernen Antiquariat wird auch in Zukunft ein gutes sein.« Der Novitätenausstoß der Verlage werde schon dafür sorgen. 

► Berechnungsgrundlage für den Abnahmepreis kann ein bestimmter Prozentsatz vom ehemaligen gebundenen Ladenpreis sein, in Einzelfällen wird auch nach Gewicht abgerechnet.

Dass Blank inzwischen wieder erfolgreich am Markt agiert, erklärt sich Töberich nicht zuletzt mit dem Ausbau des Angebots. Neben dem Taschenbuch sind Belletristik- und Sachbuchhardcover, Kinder- und Jugendbücher sowie Kartografie dazugekommen. Neuland beschreitet Blank gerade beim Hörbuch, wo das Unternehmen mit dem Audio-Verlag und Hörbuch Hamburg zusammenarbeitet. Die Nachfrage nach Hörbüchern nehme ständig zu: »Wir bekommen weniger als wir verkaufen könnten«, sagt Töberich.

Außerdem vertreibt Blank ca. 150 Titel des Verlags Wordsworth, der sich auf populäre Klassiker in englischer Sprache und im Taschenbuchformat spezialisiert hat. Hinzu kommen Eigenproduktionen. »Wenn wir sehen, dass sich bestimmte Restauflagen gut verkaufen lassen, versuchen wir, Lizenzen von den Verlagen zu erhalten und selbst preiswerte Bücher nachzudrucken.«

Den Löwenanteil am Umsatz erwirtschaften allerdings Remittenden und Restauflagen aus Belletristik und Sachbuch. Taschenbuch und Hardcover halten sich dabei laut Töberich die Waage. Hauptabnehmer von Blanks Ware ist der

klassische Sortimentsbuchhandel mit Modernem Antiquariat. Zu den Kunden gehören die Großen der Branche: Thalia, Hugendubel und natürlich Jokers. Seit Töberich Geschäftsführer ist, beackert er auch die Nebenmärkte. Warenhäuser und Discounter wie Norma und Netto sind dazugekommen, ebenso zahlreiche Internetanbieter, deren Namen Töberich nicht verraten möchte.

### Markt mit Zukunft

Dass der Buchmarkt nicht gerade arm ist an Überschussware, berührt Blank wenig: »Der MA-Markt ist kein Nachfrage-, sondern ausschließlich ein Angebotsmarkt. Ich denke, dass das Moderne Antiquariat nach wie vor aufnahmebereit ist«, so Töberich. Dies gelte vor allem für den exklusiven MA-Bereich, nicht für die Vielzahl der Sonderproduktionen, die inhaltlich austauschbar seien. »Im exklusiven Bereich haben auch kleinere und mittlere Buchhandlungen eine Möglichkeit, sich durch gezielte Einkäufe entsprechend zu positionieren.«

Um den Handel zu unterstützen, unterhält Blank im Berliner Ullstein-Haus einen Showroom. Dadurch können Kunden, die fernab von Bayern ihre Geschäfte betreiben, besser betreut werden. Zudem gibt es Aktionspakete zu unterschiedlichen Sachgebieten oder von bestimmten Verlagen. »Wenn wir ein Pa-

**i** Buchvertrieb Blank GmbH

**Gegründet:** 1987  
**Inhaber:** Bonnier Media Deutschland GmbH, Klaus Töberich  
**Geschäftsführer:** Klaus Töberich  
**Umsatz:** k.A.  
**Mitarbeiter:** 32  
**Titel am Lager:** ca. 5 000  
 Röhrmooser Str. 1, 85256 Vierkirchen-Pasenbach  
 Telefon: 08139 / 8130 und 8184  
 Fax: 08139 / 81 40  
 E-Mail: info@buchvertrieb-blank.de  
 www.buchvertrieb-blank.de