

Pressemitteilung, November 2025



Meine Buchhandlung als Dritter Ort. Buchwert Regionaltreffen beim Rowohlt Verlag Hamburg bietet Austausch und neue Perspektiven

Am 09. November trafen sich 30 Buchhändlerinnen und Buchhändler zum Buchwert Regionaltreffen in Hamburg. Zu Gast war man in diesem Jahr beim Rowohlt Verlag im Bieberhaus. Die schicken und einladend gestalteten Räume waren perfekt geeignet für das Thema des Tages, zu dem Birgit Stegner-Arez und Ingrid Winter, beide Regionalbetreuerinnen bei Buchwert, eingeladen hatten: Wie sieht die Zukunftsvision meiner Buchhandlung aus? Wie schaffe ich einen Ort mit Wohlfühlatmosphäre, der Menschen anzieht, inspiriert und langfristig bindet? Und welche Maßnahmen versprechen wirtschaftlichen Erfolg?

Dass das Thema den Nerv der Zeit trifft, bestätigte auch Kristin Goos von der Angeliter Buchhandlung in Satrup: „Ein topaktuelles Thema, absolut notwendig zu diskutieren.“

Impulse und Dialoge rund um den Dritten Ort

Stephanie Lange, erfahrene Vertriebsexpertin und Businesscoach, stellte das Konzept des „Dritten Ortes“ vor – eines Ortes, der neben Familie und Beruf eine zentrale Rolle im Leben der Menschen spielt: ein Raum der Begegnung, der zum Stöbern, Verweilen und Kaufen einlädt.

Im Gespräch mit Imke Schuster, Vertriebsleiterin bei Rowohlt und Johanna Schnorr, studierte Betriebswirtin und Leiterin der Klosterbuchhandlung Maria Laach, wurden praxisnah Themen wie Kundenbindung, Sichtbarkeit und Positionierung diskutiert. Dabei wurde deutlich, dass sich das Lese- und Kaufverhalten spürbar verändert hat, Kundinnen und Kunden heute neue Erwartungen an Buchhandlungen stellen – und diese mit passenden Konzepten darauf reagieren müssen.

Emotionen als Schlüssel zum Erfolg

„Menschen wollen berührt werden. Ein Dritter Ort zu sein bedeutet vor allem, Emotionen zu wecken“, betonte Stephanie Lange. Voraussetzung dafür sei ein tiefes Verständnis der Zielgruppe – ihrer Bedürfnisse, Wünsche und Einkaufsgewohnheiten. Wer seine Kund*innen kennt, kann sie gezielt ansprechen und emotionale Bindung schaffen. Wird die Buchhandlung zudem durch stimmungsvolle Beleuchtung, bequeme Sitzgelegenheiten und angenehmes Raumklima gestaltet, entsteht ein lebendiger Treffpunkt, an dem Menschen gerne verweilen und konsumieren. Aufenthaltsqualität, Service und Impulskäufe werden zu entscheidenden Erfolgsfaktoren – gerade in Zeiten stagnierender Frequenzen.

Imke Schuster zeigte am Beispiel der Romance-Reihe KYSS, wie zielgruppengerechte Community-Bindung durch kreative Interaktion gelingt: „Wir sind überwältigt von der Resonanz auf unseren XR-Erlebnisraum Castle of KYSS, der Leserinnen ermöglicht, virtuell in ihre Lieblingsserie einzutauchen.“ Das Genre sei ein starker Umsatztreiber, so Schuster.

Auch Johanna Schnorr bestätigte die Bedeutung von Interaktion und emotionaler Ansprache. Sie hat in Maria Laach die Räumlichkeiten nach den Prinzipien des Dritten Ortes gestaltet: „Kundinnen und Kunden suchen in Buchhandlungen zunehmend Entschleunigung, Inspiration und Austausch. Wer diese Bedürfnisse ernst nimmt, verkauft auch mehr.“ Neben der Belletristik entwickle sich das Nonbook zu einem wirtschaftlichen Erfolgsfaktor – dank höherer Margen. Auch Buchwert hat diesen Trend aufgegriffen und bietet mit „Nonbook *easy*“ einen besonderen Service an. Hier erhalten die Partner-Buchhandlungen Zugang zu einer Auswahl an Nonbook-Lieferanten mit buchhandelsaffinen Sortimenten - für noch mehr Inspiration, Individualität und Umsatz im Laden.

„Buchhandlungen sind weit mehr als Verkaufsorte. Sie sind lebendige Kulturorte – Dritte Orte – die Menschen ein Gefühl von Heimat geben. Und sie dadurch langfristig an das Unternehmen binden“, zog Birgit Stegner-Arez am Sonntagnachmittag ein hochzufriedenes Resümee der Veranstaltung.