

Thalia und die Mayersche wollen fusionieren – und stilisieren sich selbst als Bewahrer der Lesekultur

geschrieben von Bernd Berke | 10. Januar 2019

Es ist ein ziemlich gewichtiger Vorgang: Die größte deutsche Buchhandelskette [Thalia](#) (Hagen) und die Mayersche (Aachen), immerhin viertgrößter Anbieter auf dem deutschen Markt, wollen fusionieren.

Das Kartellamt muss noch zustimmen. Es sollte sich den Umfang und die Bedingungen des Zusammenschusses sehr genau ansehen. Denn hier entsteht doch wohl ein marktbeherrschendes Unternehmen; wenigstens, was den stationären Buchhandel angeht.

Speziell Thalia war zeitweise dafür bekannt und berüchtigt, mit kleineren Buchhandlungen sowie kleinen und mittleren Buchverlagen nicht gerade zimperlich umzuspringen und gelegentlich mit seiner (nun offenbar schwindenden) Marktmacht Druck auszuüben.

Inzwischen aber haben sich die Zeiten insofern geändert, als das einst so dominant auftretende Haus Thalia und die Mayersche sich ihrerseits vom Giganten Amazon bedroht sehen. Ihre geplante Fusion sei „ein Zeichen des Aufbruchs gegen die Marktmacht globaler Onlinehändler und für die innerstädtische Lesekultur“. Du meine Güte! Hätten wir doch nur früher bemerkt, dass die Globalisierungskritiker von Thalia den tapferen Kampf fürs Gute, Wahre und Schöne führen.

Das sattsam bekannte Amazon-Argument führen die beiden Ketten ebenso ins Feld wie den Umstand, dass es laut Statistik immer weniger Buchleser gibt. Vielleicht haben die zwei Unternehmen

den Online-Buchhandel auch etwas verschlafen. Und wenn sie sagen, durch ihre Fusion entstehe „der bedeutendste familiengeführte Sortimentsbuchhändler in Europa“, so müssen uns angesichts der „Familie“ nicht Tränen der Rührung kommen.

Man schaue sich das Sortiment insbesondere von Thalia an, es ist einfach äußerst Bestseller-lastig und damit recht schmal, was die Anzahl der Titel angeht. Auch sind Bücher oft nur noch Nebensache. Längst hat man (auch bei der Mayerschen) den Eindruck, dass zahlreiche Chichis und Gimmicks einen gehörigen Anteil am Umsatz haben. Es ist schon recht seltsam, wenn solche Firmen sich nun als schützenswertes Kulturgut darstellen.

Golden Globe für die Amazon-Serie „Goliath“ – Jetzt aber endlich mal `reinschauen!

geschrieben von Nadine Albach | 10. Januar 2019

Die Golden Globes sind verliehen: „LaLaLand“ ist mit sieben Trophäen der große Gewinner; Meryl Streep und Moderator Jimmy Fallon setzten Spitzen gegen Trump. Der Preis für den besten Darsteller in einer Serie für Billy Bob Thornton macht noch einmal auf eine Serie aufmerksam, die es verdient hat: „Goliath“.



Billy Bob Thornton als Anwalt in der Serie „Goliath“. (© Amazon Prime Video)

Es war ein Überraschungsgewinn für Billy Bob Thornton. Er hat ihn für eine ungewöhnliche Rede genutzt: Anstatt sich bei unzähligen Crew-Mitgliedern, Freunden und Familie zu bedanken oder die eigene Leistung in den Vordergrund zu stellen, würdigte er den Produktionsassistenten Luke Scott, der mit gerade einmal 23 Jahren gestorben ist. Wegen ihm sei er gern zur Arbeit gekommen, so Thornton.

Menschlicher Straßenhund

Wenn man „Goliath“ (eine Amazon-Serie) sieht, kann man sich vorstellen, dass Luke Scott nicht der einzige Grund dafür war – so menschlich und differenziert spielt Billy Bob Thornton. Wenn man ihn in seiner Rolle als Billy McBride allerdings das erst Mal zu Gesicht bekommt, ist es ein Schock: Hager, abgehalftert, gezeichnet wirkt dieser ehemalige Star-Anwalt, das menschliche Pendant zu den Straßenhunden, die ihm so am Herzen liegen.

Das Vermögen, das er als Gründer und einstiger Vorzeige-Verteidiger der riesenhaften Kanzlei „Cooperman & McBride“ angehäuft hatte, ist längst versoffen. Seine Existenz spielt sich zwischen seinem heruntergekommenem Motel-Zimmer und seiner Stammkneipe ab. Die Talfahrt wird gestoppt, als Billy ein scheinbar aussichtsloser Fall angetragen wird: Vor Jahren

starb ein Mann bei einer Bootsexplosion auf dem Pazifik, seine Witwe wurde mit einer Selbstmord-Geschichte abgespeist. Jetzt aber kommt der Verdacht auf, dass der Rüstungskonzern BornsTech illegale Tests verschleiern wollte. Billy McBride wittert den Fall seines Lebens – und die Chance, sich an seiner einstigen Kanzlei zu rächen, die den Gegner vertritt.

Klares Schema

Zugegeben, die Rollen sind in dieser Serie klar verteilt: Genau, wie der Titel es erwarten lässt, tritt hier ein Underdog gegen einen scheinbar unbesiegbaren Riesen an. McBrides winziges Team besteht aus gesellschaftlichen Außenseitern, der Kontrahent verfügt über schier unendliche Geld- und Personalmittel und keinerlei lästige Moralvorstellungen.

Was aber zwischen diesen klaren Eckpfeilern geschieht, ist mitreißend: Billy Bob Thornton spielt McBride nicht als strahlenden Helden, sondern als zweifelnden, zynischen, zutiefst misstrauischen Gefallenen, der sich ein letztes Mal gegen den scheinbar unaufhaltsamen Untergang aufbäumt und dabei beinahe (psychisch und physisch) zu Grunde geht. Als einsamer Outlaw wirkt er den Menschen entwöhnt; ein knurriger Kämpfer, der zur Erreichung seiner Ziele durchaus auch nicht immer moralisch glänzt. Seine Fehler aber verblassen angesichts seines Kontrahenten Mr. Cooperman, den William Hurt so überzeugend als personifiziertes Böses gibt, dass es einem übel wird.

Sein eigener Feind

Ohnehin greift einen die Serie regelrecht an, so viel leidet man mit dem Anti-Helden McBride mit: Letztlich sind es nicht nur die empfindlichen Rückschläge, die er von der Gegenseite einstecken muss. Dieser verkappte Romantiker ist sich selbst eigentlich schon Feind genug.

Die harte, graue Tonalität ist somit ganz anders, als man es

von David E. Kelley erwarten könnte, der „Goliath“ gemeinsam mit Jonathan Shapiro für Amazon produziert hat. Einst nämlich machte er mit lustigen Anwälten wie in „Ally McBeal“ und „Boston Legal“ von sich Reden.

Lachen über „kuriose Kundschaft“

geschrieben von Bernd Berke | 10. Januar 2019

Gewiss: Meine grippale Fieberkurve steigt kontinuierlich. Doch noch schreibe ich dies bei klarem Verstand. Zur Sache:

Über Amazon kann man sagen, was man will. Beispielsweise, dass der Riesenkonzern seine Mitarbeiter nicht immer gut behandelt, um es mal vornehm auszudrücken. Als Versandkunde hingegen kann man sich kaum beklagen. Da orientiert sich die Weltfirma am Servicegedanken, wie nur je im US-amerikanischen Handelsgeiste üblich.



Wie ich darauf komme? Was hinter den Kulissen geschieht, weiß ich nicht. Aber nie und nimmer würde sich Amazon öffentlich über seine Klientel lustig machen. Das überlassen sie beispielsweise einer Klamotten-Klitsche wie www.WeAre.de, die ihren neuen (gedruckten) Katalog damit einleitet, dass sie aus Mails und Briefen an den „Kundenservice“ (och!) zitiert, in denen sprachlich und/oder semantisch etwas schief gegangen ist. Ha-ha-ha, wie überaus lustig.

Das Ganze läuft unter der Zeile „Auszüge aus dem WeAre.de Kuriosenordner“.

Also, Folks. Entweder „aus dem kuriosen Ordner“ oder „aus dem Kuriositätenordner“. Die selbstgefälligen Schlaumeier, die offenbar selbst linguistische Dilettanten sind, zitieren anschließend aus Zuschriften einiger Leute, die vielleicht nicht die ganz großen Bildungschancen hatten oder sich als Migranten vielleicht sehr um die deutsche Sprache bemühen, z. B. so: „Ich wollte fragen ob meine Bestellung ist schon im weg“. Will man einen solch unschuldigen Satz, bei dem man doch wohl weiß, was gemeint ist, dermaßen bloßstellen, muss man schon ziemlich zynisch sein.

Ein paar verschrobene Beschwerden über geliefertes Schuhwerk werden sodann ebenso weidlich ausgekostet wie kleine bis mittlere Sprachschnitzer oder Ungeschicklichkeiten im Umgang. Hie und da scheint es auch Menschen zu geben, die den Versand bei Retouren und dergleichen übers Ohr hauen wollen. Doch selbst solche Befunde sollte man nicht offen zu Markte tragen; erst recht nicht in einem Höker-Verzeichnis, das als schickes Trendmagazin aufgemacht ist.

Das Fazit scheint zu lauten: Seht her, auch so beschränkte und impertinente Leute kaufen bei uns. Die so hämisch angesprochenen (klügeren?) Kunden sollen wohl gemeinsam mit der Firma lachen. Doch worüber eigentlich?

Ganz früher hätten sie uns ermahnt: Das gehört sich einfach nicht. Manchmal, heute, schätze ich solche altmodischen Sätze.

Fast alltäglich – eine Stadt ohne Buchhandlung

geschrieben von Hans Hermann Pöpsel | 10. Januar 2019

Ennepetal ist eine Stadt mit gut 30.000 Einwohnern am Südrand des Ruhrgebietes, eine mittlere Kleinstadt, viel mittelständische Industrie, ein großes Gymnasium mit 1.400 Schülern, ein privates Theater, drei Talsperren, und als Attraktion die heilklimatische Kluterthöhle. Bis Ende März dieses Jahres hatte Ennepetal auch eine richtige Buchhandlung, gut sortiert und angesehen, doch das ist Vergangenheit.



Das ist
Vergangenheit:
Die
Buchhandlung
in Ennepetal.
(Foto: Hans H.
Pöpsel)

Die Buchhandlung hat am 31. März für immer geschlossen, in ihren Räumen befindet sich seit Anfang Mai der Kinderkleider-Laden des örtlichen Kinderschutzbundes – ein ehrenhaftes und ehrenamtliches Geschäft, aber eben keine Buchhandlung. Deren Inhaberin hatte sich monatelang bemüht, eine Nachfolgerin oder einen Nachfolger zu finden, sie wollte sogar die Einrichtung (fast) verschenken, doch wer in die Bilanz der letzten Jahre geschaut habe, der habe sich schnell abgewandt. Eigentlich eine inzwischen fast alltägliche Entwicklung in deutschen Städten.

Nun muss ich gestehen, dass ich Kunde bei Frau Bäcker war, aber dass ich manchmal – zwar nicht bei amazon – aber bei Weltbild bestellt habe. Das passt in das Bild vom allgemeinen Wehklagen: Jeder trauert dem verschwundenen stationären Buchhandel nach, aber als Kunde ist man nicht konsequent treu geblieben.

Nicht nur lokale Buchhandlungen gehen diesen Weg. Die Geschäfte in den Innenbereichen der Klein- und Mittelstädte bluten langfristig aus, und das haben letztlich stets die Kunden so entschieden. Sie bestellen immer öfter bei Zalando oder amazon, und wenn sie doch einmal „in die Stadt“ gehen, dann um Leute zu treffen, einen Kaffee zu trinken, etwas zu erleben. Diesem Bedürfnis entsprechen nicht alle Städte, und wenn sie es hinbekommen, wie zum Beispiel die Städte Hattingen oder Gevelsberg, dann ist dort auch deutlich mehr Leben zu spüren.

Die Ennepetaler haben zum Glück die beiden etwa gleich großen Nachbarstädte Schwelm und Gevelsberg ganz in ihrer Nähe, und da gibt es immerhin noch fünf Buchhandlungen. Noch.

„Kannibalismus“ in unseren Innenstädten – ein neues Beispiel in Hagen

geschrieben von Hans Hermann Pöpsel | 10. Januar 2019

In der Innenstadt von Hagen kann man ihn wieder erleben, den Kannibalismus der geschäftigen Projektentwickler: Eine Galerie jagt die nächste, eine moderne Mall verdrängt die junge alte.

Es ist noch gar nicht so lange her, dass in Hagen ein Teil des

Rathauses abgerissen und an seiner Stelle ein überdachtes Einkaufszentrum errichtet wurde – die „Volmegalerie“, benannt nach dem Flüsschen Volme, das hinter dem Gebäudekomplex in Richtung Ruhr fließt. Integriert wurden dort ein Sportartikel-Kaufhaus und ein Saturn-Elektronikmarkt.

Gut zehn Jahre später entsteht nun direkt nebenan eine ganz neue Mall, wieder etwas heller, wieder etwas moderner, wieder etwas größer. Auch dafür wurde ein ganzer Häuserkomplex abgerissen, und wenn diese „Rathaus-Galerie“ demnächst eröffnet wird, ist auch Saturn wieder dabei: Die ziehen nämlich um von der jungen alten in die dann schon bald wieder veraltete junge Galerie. Auch andere Geschäfte wandern mit, und so sieht man jetzt schon, wie in der Volme-Galerie die ersten Läden leergezogen werden.

Und wie helfen sich die Volmer? Es wird umgebaut und auf Optimismus gemacht – es wird alles noch schöner und aufregender, liebe Kunden, bleiben Sie uns treu! Aber dieser Kannibalismus wird immer weiter gehen, das liegt wohl im Wesen unserer Marktwirtschaft. Und warum ist das so? Wir als Kunden wollen es doch so, wenn wir nicht schon längst zum Kaufen ins Netz abgewandert sind.

Bestellt wird da fast alles, nur den Cappuccino und die Bruschetta kann man sich noch nicht heiß von Amazon schicken lassen. Kommt vielleicht auch noch.