

Millionenumsatz ohne Bleibe

Marcus Schuster

Wie konnte es zur Stein-Insolvenz kommen und wie geht es nach dem Übernahmeangebot durch Lehmanns / Thalia weiter? Darüber wird jetzt viel spekuliert.

B



Ungewisse Zukunft:
A. Stein'sche Buchhandlung
in Werl

Bislang war es ein turbulenter Herbst im westfälischen Werl. Am 17. September beantragte die A. Stein'sche Buchhandlung Insolvenz – kein kleiner Fisch, 80 Mitarbeiter sind betroffen. Schnell war klar, dass es nicht dabei bleiben würde und auch das Mutterhaus, die Mediengruppe Stein – zweitgrößter Fachmedienhändler Deutschlands mit insgesamt 250 Angestellten –, in Schieflage geraten ist. Anfang Oktober reichte sie ihren Antrag auf Insolvenzeröffnung ein, nach und nach folgten die 18 Tochtergesellschaften. Viele von ihnen sind renommierte Unternehmen und Dienstleister, die Stein erst in den vergangenen Jahren gekauft hatte. Und die nun mit am Abgrund stehen. Darunter Solon, Delbano, Massmann, Albert Müller.

»Das nahezu ungebremste Wachstum war stets hinterfragbar«, schrieb Jörg Pieper, Head of Con-



Mediengruppe Stein

- » 1713 in Werl als A. Stein'sche Buchhandlung gegründet
- » Umsatz nach eigenen Angaben: mehr als 100 Millionen Euro
- » Geschäftsfelder: Unternehmenskundengeschäft, Versand- und Zwischenbuchhandel, B2C-Logistik vor allem für Verlags- und Onlineshops
- » Zuletzt waren 280 Mitarbeiter:innen an 16 Standorten beschäftigt.
- » Das Übernahmeangebot der Lehmanns Media GmbH umfasst:
 - LSL GmbH, Leipzig
 - Frohberg GmbH, Werl
 - Solon Buch-Service GmbH, Berlin
 - Massmann GmbH, Werl
 - ciando GmbH mit QuoLibris, München
 - Dortmunder Universitätsbuchhandlung GmbH, Dortmund
 - Fachbuch Richter GmbH, Werl
 - A. Stein'sche Mediengruppe GmbH, Werl
 - A. Stein'sche Buchhandlung GmbH, Werl

tent Acquisition / Publisher Relations beim Schweizer Knowledge-Management-Tech-Start-up Get More Brain in einem Leserkommentar an das Börsenblatt. Nur habe das »öffentlich niemand getan«. Nun herrsche »massive Verunsicherung im Markt. Bundesministerien erhalten derzeit keine abonnierten Printprodukte mehr, Bibliotheken suchen neue Lieferanten zur Erfüllung verschiedener Dienstleistungen, Verlage müssen sehen, wie sie Bestandsabonnements aktiv halten. Rund 100 Mio. Euro Umsatz suchen gerade eine neue Bleibe bzw. stehen zur Disposition.«

Am Telefon wird Pieper noch deutlicher. Er war bis 2017 als Programmleiter Bibliotheken in der Geschäftsführung von Schweizer Fachinformationen tätig, dem Platzhirsch und Mitbewerber von Stein, und hat sich nach eigener Aussage stets die Augen gerieben, wenn Stein in den vergangenen Jahren mal wieder auf Einkaufstour ging: bei kleineren Fachbuchhandlungen (Solon), größeren Dienstleistern (IMS, LSL, Frohberg), aber auch spezialisierten Bibliothekslieferanten (Delbano). »Das muss man erst einmal alles unter einen Hut bringen – inhaltlich, technologisch und personell.« Zumal auch die aufgerufenen Kaufpreissummen wohl nicht unerheblich waren. Das weiß Pieper, weil er selbst an einem Bieterverfahren für ein am Ende von Stein gekauftes Unternehmen teilgenommen hatte.

Übernahmeangebot steht

Und nun geht ein Großteil der Insolvenzmasse aller Voraussicht nach an Lehmanns Media. Man habe »ein rechtlich bindendes Angebot zur Übernahme wesentlicher immaterieller Vermögenswerte der insolventen Mediengruppe Stein

»Das nahezu unbremste Wachstum der Mediengruppe Stein war stets hinterfragbar.«

Jörg Pieper, Head of Content Acquisition / Publisher Relations bei Get More Brain

abgegeben«, teilte die Thalia-Tochter am 20. Oktober mit. Die Transaktion ziele darauf ab, »den Geschäftsbetrieb der betroffenen Gesellschaften im Umfang der Übernahme weitgehend zu sichern und die laufenden Kundenbeziehungen nahtlos fortzuführen, indem den Kunden eine nahtlose Fortsetzung angeboten wird«. Die Übernahme umfasse insbesondere digitale Plattformen wie das Network Learning Tool NELE, um so auch künftig in der Lage zu sein, den Kundenstamm folgender Gesellschaften der Mediengruppe Stein bedienen zu können: LSL, Frohberg, Solon Buch-Service, Massmann, ciando mit QuoLibris, die Dortmunder Universitätsbuchhandlung, Fachbuch Richter und die A. Stein'sche Mediengruppe.

Die Tatsache, dass nicht alle Stein-Firmen übernommen werden sollen, deute schon darauf hin, dass sehr bewusst und gezielt ausgewählt wurde, glaubt Jörg Pieper. »Der B2B-Beschaffungsspezialist IMS zum Beispiel wird komplett in die Insolvenz geschickt. Und auch von Delbano ist bei den Rettungsankündigungen nicht mehr die Rede.« Das Fachmediengeschäft definiere sich ohnehin primär über den Verkauf von Abonnements – leicht verderbliche Ware – und da werde nun geschaut, wie viel jeweils übrig ist und auf dieser Basis ein Kaufpreis definiert. »Die Zeit der Ungewissheit dürften Kunden



Geschäftsführer Alexander Stein:
Er hatte das Unternehmen über
die Jahre hinweg stetig erweitert
und ausgebaut

längst genutzt haben, um sich anderweitig zu orientieren. Gerade im entscheidenden vierten Quartal, in dem noch Haushaltsgelder ausgegeben, Budgets fürs Folgejahr geplant werden müssen.«

Schweitzer und Lehmanns seien schon vor Bekanntgabe der sich abzeichnenden Insolvenz aktiv geworden, um die Stein-Kunden an sich zu binden. Auf diese beiden werde sich der Markt künftig konzentrieren, damit rechnet Pieper. Ein Markt, der in den vergangenen fünf Jahren ohnehin bereits massiv zusammengeschrumpft sei. »Im Bibliotheksgeschäft sieht es vielleicht noch etwas anders aus, hier agieren mit den Firmen Dreier, Missing Link, EBSCO und Hugendubel auch weiterhin noch ein paar andere Player, aber das war es dann auch schon.« Und die Marke Stein? Wird verschwinden, ist sich Pieper sicher.

Das Bundeskartellamt muss der Transaktion mit Lehmanns noch zustimmen. Es klärt nun »innerhalb eines Kalendermonats, ob das Vorhaben freigegeben wird oder eine vertiefte kartellrechtliche Prüfung vorgenommen werden muss«, wie ein Sprecher mitteilt. Also bis Ende November. »Teil dieser Prüfung ist üblicherweise auch die Entwicklung der Marktanteile. Hierbei kann es auch eine Rolle spielen, dass die Kundenbeziehungen auf den Er-

werber übergehen.« Weder Thalia noch die Mediengruppe Stein oder ihr vorläufiger Insolvenzverwalter Mike Westkamp wollten sich gegenüber dem Börsenblatt zu den Vorgängen äußern.

Problematisches Fachmediengeschäft

Die Herausforderungen für den Handel mit Fachmedien werden indes nicht kleiner: »Ganz klar: Die Kostenthematik drückt«, sagt Adolf Wolz junior, Geschäftsführer der Schöningh Buchhandlungen in Würzburg und Umgebung. »Zwar gibt es im Fachbuch gefühlt etwas mehr Preissteigerungen als im allgemeinen Sortiment. Aber auf der anderen Seite versuchen die Verlage natürlich, auch daran zu drehen. Die Verlagerung hin zu den digitalen Inhalten führt tendenziell zu einer Verschlechterung der Handelsspannen. Bei gleichbleibendem Aufwand. Wir schicken nicht mehr so viel Papier durch die Welt. Aber einen Digitalkunden zum Beispiel gut mit Datenbanken zu versorgen, macht auch viel Arbeit.«

Manche Verlage begleiteten das von der Konditionengestaltung her leider nicht immer im partnerschaftlichen Sinne, findet Wolz: »Wenn zum Beispiel mit Sonderaktionen für einzelne Kundengruppen spezielle Angebote formuliert werden, an denen der Buchhandel nicht oder

nicht umfänglich teilhaben kann, fällt die Preisehrlichkeit ein Stück weit weg. Wenn ich dem Kunden bei einem Produkt drei Jahre lang gesagt habe, das kostet so und so viel, und der Verlag kommt nach einer Weile und sagt: ›Wir machen jetzt eine Rahmenvereinbarung und es kostet plötzlich 20 Prozent weniger‹, stehen wir natürlich doof da.«

Das könnte bei der Stein-Insolvenz nun auch passieren, glaubt Wolz. »Es könnte noch mehr direkte Kundenbeziehungen geben. Weil es zu einer gewissen Rückführung von digitalen Produkten zu den jeweiligen Verlagen führen wird.« Händler wie Schöningh könnten nur versuchen, wirtschaftlich sinnvoll zu arbeiten und sparsam zu sein. »Und nach wie vor als Buchhandlung eine Funktion zu haben, sonst wird man nicht bestehen können.« Diese Funktion sei vor allem durch die Beratung und die Bündelung gegeben. »Die Kunden wollen nicht bei 20 Lieferanten einkaufen, sondern möglichst von Single Sourcing profitieren.«

Man müsse sich schon sehr einbringen, um in dieser Branche noch Geld zu verdienen, weiß auch Jörg Pieper. »Die Margen im Fachmediengeschäft zeigen schon lange nicht mehr nach oben. Durch die zunehmende Digitalisierung gehen sie sogar noch weiter runter.« Zum Glück seien Kunden zunehmend bereit, für Dienstleistungen zu bezahlen, die früher kostenlos hinterhergeworfen wurden. »Aber ohne diesen hohen Einsatz an zusätzlichen Leistungen ist es in einem primär preisgebundenen Markt eben schwierig, überhaupt Fuß zu fassen.« Ein Markt, der sich durch die Insolvenz der Mediengruppe Stein jetzt noch einmal verschoben hat. ■