

Auch ein Appell an die Verbraucher

Kulturstaatsministerin **Monika Grütters** stiftet einen Deutschen Buchhandelspreis, um das inhabergeführte Sortiment zu stärken. Ein Interview am Rande der Buchmesse.

Setzen Sie mit dem Deutschen Buchhandelspreis ein Signal gegen Amazons Übermacht?

Natürlich verstehen wir den Preis als Stärkung des stationären Buchhandels, der seine Position gegenüber der wachsenden digitalen Branche in der Tat verteidigen muss. Und: Der Preis ist auch ein ausdrücklicher Appell an die Verbraucher. Denn sie können die stationäre Arbeit stützen – indem sie nicht im Netz kaufen und auch nicht im Kaufhaus, sondern im kleinen stationären Buchhandel. Ich mache das seit 40 Jahren so.

Der Preis ist insgesamt mit einer Million Euro ausgestattet und soll erstmals im Herbst 2015 vergeben werden. Zur Buchmesse?

Das liegt zwar nahe, aber wir überlegen eher, die Preisverleihung unabhängig von der Buchmesse zu gestalten, damit der Preis eine angemessene Würdigung bekommt und nicht im Trubel aller anderen Auszeichnungen unterzugehen droht. Anfang 2015 werden wir im Internet alle interessierten Buchhandlungen dazu aufrufen, sich zu bewerben.

Was sagen Sie anderen Branchen, die auch gern einen solchen Preis für ihre Fachhändler hätten?

Meine Arbeit als Staatsministerin für Kultur und Medien richtet sich ja auf diejenigen Branchen, die einen Doppelcharakter haben und mit Wirtschafts- und Kulturgütern zugleich handeln. Wir haben gute Erfahrungen gemacht mit unserem Kinoprogrammpreis und dem Spielstättenprogrammpreis. Damit zeichnen wir zum einen Arthouse-Kinos, zum anderen kleine Musikveranstalter aus. Wie im Buchhandel bemühen sich auch hier viele Unternehmen wacker um die Kulturvermittlung, gestalten ihr Programm auch mal gegen den Mainstream. Alle drei Branchen werden jetzt von uns unterstützt.

Können Sie sich vorstellen, unabhängige Verlage ebenfalls über einen Preis zu fördern?

Die unabhängigen Verlage müssen wir sicher im Blick behalten. Aber sie sind Teil der Verlagslandschaft – und als Staatsministerin muss ich darauf achten, dass wir keine wettbewerbsverzerrenden Aktivitäten starten, Insofern konzentrieren wir uns jetzt erst einmal auf die Wegmarken der Kulturnation Deutschland – so nenne ich gern die Buchhandlungen, Arthouse-Kinos und Konzertveranstalter, die unternehmerisches Risiko mit dem Mut zur Kultur verbinden. Das wirkt in die Fläche – und belebt unser Kulturnetz. *Efb*

Interview: Sabine Cronau

Erschienen: Börsenblatt, Printausgabe, 20. Oktober 2014.