

Bernd A. Wilken

ZEITSPLITTER

– GEDANKEN ZUR ZEIT –

Inhaltsverzeichnis

Vorwort

1. Buchmarkt
2. Diversity
3. Führung
4. Gesellschaft
5. Politik
6. Selbstmanagement
7. Unternehmen

Vorwort

In den vorliegenden Bändchen sind meine Beiträge 2018 – 2020 zu Unternehmensführung und Fragen der Gesellschaft auf der *Social Media* Plattform LinkedIn zusammengetragen. Dieses vertrauensvolle Karriere-Netzwerk hat weltweit 675 Mill Nutzer, davon 15 Mill deutschsprachig.

Digitales zu drucken schien mir nicht weniger sinnvoll zu sein als Bücher zu digitalisieren – der Leser hat ein Medium mehr zur Auswahl. Und Bücher leben weiter, wie im 1. Kapitel betrachtet. In meiner Alterskohorte (*nach 1940) ist auch die Vertrautheit mit *Internet* Plattformen geringer, das Interesse an Fragen der Zeit aber unverändert groß.

Dem Leser biete ich diese „Zeitsplitter“ daher als Buch an. Die meisten Beiträge weisen über Tagesaktualitäten hinaus und könnten auch dann noch Interesse finden, wenn Sie in der *Cloud* bei LinkedIn gelöscht sind. Alle Kurztexte in diesem Buch sind so oder so ähnlich von mir bei LinkedIn publiziert worden. In dieser Druckversion habe ich zuweilen die damals dort übliche 1300-Zeichen-Grenze durchbrochen, um die Lesbarkeit zu verbessern. Aus dem gleichen Grund wurde gendergerechte Schreibweise eingeschränkt.

Allen Lesern wünsche ich viel Freude beim Betrachten dieser Zeitsplitter, die Fragen unserer Zeit polarisieren – wie in einem Kaleidoskop manchmal optisch doppelt gebrochen.

Ich danke Emma Troyke für das Layout und die Produktion.

Wiesbaden, im August 2021

Bernd A. Wilken

1. Buchmarkt

1.1

Wann haben Sie zuletzt ein Buch gekauft? In 2017 waren es wohl 12 Bücher (im Schnitt) für zusammen EUR 137,00. Damit gehörten Sie zu den nur noch 29,6 Mill. Buchkäufern hierzulande – ein Minus von 18% in 5 Jahren. Auch die *E-Book*-Käufer wurden weniger. Weil aber immer weniger Leute immer mehr Bücher kauften (Vorsicht: Bibliomanie!), ist der Buchmarkt seit 2013 nur um 4% geschrumpft. Müssen wir uns doch Sorgen machen um das Kulturgut Buch?

Der „Titelausstoß“ (was für ein Wort!) schien 2017 mit 72.500 Neuerscheinungen noch immer riesig, aber es waren 11,5% weniger als 2013. *Social Media* – Konkurrenz und schwaches Buchmarketing sind die Ursachen.

Durch die sozialen Medien mit ihrer raschen Abfolge von Mitteilungen und Forderungen fühlen wir uns oft gehetzt. Das Buch verspricht dagegen persönliche Auszeit, Entspannung, emotionales Erleben, Inspiration. Der Buchhändler verkauft nicht einmal mehr jedes 2. Buch (47%) und setzt dem Internet (19%) und dem Direktgeschäft der Verlage (21%) zu wenig entgegen. Zielgruppenmanagement (jeder 6. Buchkäufer dürfte Manager sein!), regionale Bezüge, klare Themenbildung können dort noch verbessert werden. Wir wollen beim Buchhändler überrascht werden durch Anregungen, die wir bei Amazon & Co. nicht finden.

Das Buch lebt!

1.2

Ein Gruß von der größten Buchmesse der Welt (in Frankfurt am Main natürlich). Mein Buch „Führen neu denken – Management in Aphorismen“ wurde den Fachbesuchern präsentiert, wie Tausende anderer Titel auch. Fachbesucher sind zumeist Buchhändler, Vertreter großer Handelsketten, Zwischenhändler, Literaturagenten, Feuilletonisten und Autoren – letztere in der Nahrungskette ganz unten.

Die Helden des Alltags sind für mich (neben den Autoren natürlich!) die kleinen Buchhändler (unter EUR 0,5 Mill. Umsatz p.a.). Ihre Zahl ist in 4 Jahren um 10% auf 2.718 weiter geschrumpft. Auf einen Verlag kommen nur noch zwei Buchhändler, Tendenz sinkend, weil die Filialisten im Übernahmemodus sind. Nur noch jedes zweite Buch kommt vom Buchhändler. Nachfolger werden auf www.buchhandlung-gruenden.de gesucht.

Also doom and gloom everywhere? Keinesfalls. Die Stimmung auf der Messe ist gelassen. Weniger Buchkäufer erwerben mehr Bücher pro Jahr. Das Buch hält Versprechen, die *Social Media* nicht einlösen können: Entführung aus dem Alltag ohne Weltfremdheit, wirkliche Entspannung und Ablenkung, Anregung und Bereicherung in Ruhe.

Am besten stöbern Sie beim Buchhändler. Nichts gegen Amazon & Co. für den eiligen oder immobilen Kunden, aber Ihr Buchhändler beschafft Ihnen ebenfalls jedes Buch in 24 Stunden. Helfen Sie ihm durch Bestellung und aktive Nachfragen, sich zu orientieren. Dann kann er sein Sortiment kundengerecht entwickeln – und sie auch einmal überraschen.

1.3

Lesen ist eine Kulturtechnik zur Bewältigung des Lebens. Wir sind zunehmend an Kurztex te gewöhnt, die uns täglich informieren, treiben und unterhalten. Wozu dann noch Bücher lesen, mit 170 oder gar 500 Seiten?

Es wird uns versichert, dass Texte im Internet so langlebig sein werden wie Bücher bisher – also locker über 1000 Jahre (vor Gutenbergs Erfindung des Buchdrucks um 1450 gab es schließlich schon handgeschriebene Bücher). Aber die Greifbarkeit, Haptik, Anmutung, Texthandhabung des gedruckten Buches bleiben für mich unerreich t – ein gutes Buch ist mehr als Text und Bild. Hier ist sofort Entspannung, Inspiration, emotionales Erleben, eine persönliche Auszeit greifbar, wie sonst nur bei Rauschmitteln, aber ohne schädliche Folgen.

Bücher weisen über uns hinaus. Nur Bücher können Zusammenhänge für uns herstellen, Verknüpfungen mit anderen Welten. Sie können beliebig die Zeit für uns anhalten, vor- oder zurückspulen. Bücher lehren uns Selbstbeobachtung und Neugier. Als Leser bereisen wir fertig geformte Landschaften und durchstreifen menschliche Schicksale aus allen Zeiten, die uns sonst verschlossen blieben.

Eine Bibliothek ist eine Tür in der Zeit (Borges). Stoßen Sie die Tür weit auf, an Feiertagen und in anderen Zeiten der Muße. Es bringt Ihnen Gewinn.

1.4

Am Welttag des Buches 23. April dürfen wir den wichtigsten Datenträger der Menschheit feiern – das Buch. Es ändert seine Gestalt immer wieder und hat dadurch überlebt. Vor 4000 Jahren in Ton geritzte Schrift, vor 3800 Jahren auf Pergamentrollen und vor 1100 Jahren auf Papier geschrieben, und dann gebunden wird das Buch seit 560 Jahren gedruckt.

Heute kann ein Buch auch als *E - Book* in der Cloud gespeichert werden. Man hat mich überzeugt, dass unsere Texte und Bilder auch als Dateien in der *Cloud* Jahrhunderte überdauern können, weil sich auch dort die Speichermedien – wie immer in der Geschichte des Buches – weiterentwickeln werden. Das Buch ist kein Relikt, sondern unersetzlicher Kulturträger.

Ein Buch spricht direkt zu Leserin und Leser und erschafft ein Kopfkino wie kein anderes Informationsmedium. Es fordert uns zugleich heraus mit längeren, komplexen Gedanken – und Handlungssträngen. Wir wachsen am Buch, nicht am *Tweet*. Nichts verbindet uns mehr mit Zeit und Welt als das Buch.

1.5

Auch in diesem Jahr ein Gruß von der größten Buchmesse der Welt, wo mein Buch „Führen neu denken - Management in Aphorismen“ zu sehen war. Gut, ein paar tausend andere auch. Fachbesuchertag mit Buch -, Groß -, Zwischen - und Rechtehändlern, Literaturagenten und Autoren. Letztere stehen immer noch in der Nahrungskette des Literaturdschungels ganz tief unten. Die Stimmung ist zuversichtlich, obwohl es bald mehr Verlage als Buchhändler gibt.

Die fortschreitende Konzentration im stationären Buchhandel hat leichte Umsatzverluste an den *E - Commerce* nicht verhindert, aber die Buchhandlung vor Ort setzt immer das 2,3fache des Internet um und bleibt mit 46,8% wichtigster Vertriebsweg. Das ist ein Handikap für kleine Verlage ohne eigenen Vertrieb und ihre Autoren. Vielleicht können sie im Rahmen innovativer Laden - und Veranstaltungskonzepte künftig mehr zur Geltung gebracht werden.

Die Lebenszyklen der Bücher werden kürzer, das Neueste verdrängt das Neue. Die durchschnittliche Auflage eines Buches beträgt nur noch etwa 1.200 Expl. - Bestseller mitgerechnet! Über einen Zeitraum von 15 Jahren betrachtet, ist der Markt aber nicht geschrumpft: Weniger Leser kaufen mehr Bücher. Ich bin sicher, dass sich der Buchmarkt auch künftig durch Anpassung und Innovation behaupten wird.

Das Buch lebt!

1.6

„Die Liebe in den Zeiten der Cholera“ von Gabriel García Márquez gehört zu den Schätzen in meiner Bücherwand, die noch gehoben werden wollen. *Cocooning* in den Zeiten der Pandemie, Buchhandlung geschlossen, *Online*-Bestellungen hapern – dann machen Sie nach dem *Home Office* eben eine Entdeckungsreise durch Ihr Bücherregal. So viele ungelesene Bücher, so viele geliebte Bücher, die Sie noch einmal lesen wollten! Sie werden komische, ironische, traurige Bücher finden wie das von Márquez. Und eine Bibliothek ist eine Tür in der Zeit (Borges).

Das eröffnet auch Chancen für die Kontaktpflege. Legen Sie einfach Bücher, die Sie empfehlen, vor die Türen von Nachbarn und Freunden mit einem Zettel „Bitte gelegentlich zurück“. Und vielleicht überlegen wir, wen wir länger nicht angerufen haben – es war ja immer so viel zu tun! Oder wir schreiben wieder einmal eine längere Mail (oder gar einen Brief!) an Freunde und Verwandte, mit denen wir länger keinen Kontakt mehr hatten, und machen gemeinsame Pläne für „die Zeit danach“.

Eine Krise des öffentlichen Lebens wie diese durch ein Virus ist zugleich eine Chance, unser soziales Leben auch ohne persönliche Begegnung zu intensivieren. Aber auch eine Gelegenheit, sich selbst wieder einmal zu begegnen – Vorsicht, nicht erschrecken!

1.7

Ein Buch als Geburtstagsgabe ist kein Verlegenheitsgeschenk, wenn es sorgfältig ausgewählt wird. Dann ist es individueller als die sonst üblichen Gaben. Ein überlegtes Buchgeschenk zeigt der/dem Beschenkten, dass man sich „einen Kopf“ gemacht hat: Womit kann ich sie/ihn besonders überraschen, anregen, erfreuen? Wir haben uns in die Persönlichkeit unseres Gegenübers hineinversetzt, in seine Wünsche, Vorlieben, Interessen, Sorgen. Dabei verzichten wir auf Belehrung oder Bevormundung. Auch das Abarbeiten von *Bestseller* - Listen ist lieblos. Und unsere eigenen Lieblingsbücher müssen nicht passen für andere.

Mehr noch als die Feuilletons der Zeitungen und die Auslagen unserer Buchhandlung leitet uns unsere Empathie, das richtige Buch für einen lieben oder geschätzten Menschen zu finden. Die Ausstattung des Buches (76% *Soft* - oder *Hardcover*, 21% Taschenbuch) ist dann zweitrangig. Auch ein Paperback aus dem Antiquariat kann Begeisterung wecken, wenn es zum Beispiel aus einer vergriffenen Auflage des Lieblingsautors stammt.

Manager lesen Sachbücher über Organisation und Führung. *Leader* wollen nicht belehrt, sondern inspiriert werden. Um dann selbst weiter, neu zu denken.