

Buchhandel weiter denken – Thalia erfüllt anspruchsvolle Erwartungen im ersten Jahr mit neuer Eigentümerstruktur und baut Marktführerschaft aus

- **Wachstumstreiber eCommerce**
- **Investitionen in Innovationen, Standorte, Services und Omni-Channel Services**

Hagen, 05. Oktober 2017. Thalia, Marktführer im Sortimentsbuchhandel und Omni-Channel-Händler, zieht Geschäftsbilanz: Das Hagener Buchhandelsunternehmen schließt das letzte Geschäftsjahr beim Umsatz leicht über dem Vorjahresniveau ab.

Thalia konnte zudem als einziger unter den großen Händlern Marktanteile im stationären Handel* sowie im eCommerce mit physischen Büchern* leicht ausbauen.

Das Lesen, unabhängig vom Trägermedium, soll im Leben der Menschen präsent bleiben. Thalia sieht es als Kernaufgabe an, Bücher und Inhalte auf vielfältige Weise erlebbar zu machen. Der Buchhändler investiert deshalb auch in neue Standorte. Im vergangenen Geschäftsjahr hat Thalia zehn Buchhandlungen in Deutschland und Österreich eröffnet und damit einen wichtigen Beitrag zur Lesekultur im digitalen Zeitalter geleistet. Zugleich ist die flächendeckende Präsenz vor Ort ein wichtiger Bestandteil der Omni-Channel-Strategie des Unternehmens.

„Wir investieren stark in den stationären Buchhandel. Mit der Nähe zum Kunden und einer kompetenten persönlichen Beratung, über alle Kanäle hinweg, bieten wir den reinen Online-Anbietern erfolgreich die Stirn“, so Michael Busch, CEO und geschäftsführender Gesellschafter der Thalia Bücher GmbH.

Ein deutlicher Umsatzanstieg wurde beim eCommerce erzielt. So konnte der Umsatz in Deutschland nochmals um knapp 10% zum Vorjahr gesteigert werden, in Österreich um 7%. Damit wächst dieser Geschäftsbereich das dritte Jahr in Folge und bleibt weiterhin ein wichtiger Wachstumstreiber für das Unternehmen. Der konsequente Fokus auf den Omni-Channel-Handel, die nahtlose Vernetzung aller Vertriebskanäle sowie der Ausbau der Omni-Channel-Services, haben sich für Thalia als die richtige Strategie erwiesen.

Mit rund 22%* Marktanteil am deutschen eBook-Markt liegt Thalia stabil auf dem hohen Vorjahresniveau. Immer mehr Deutsche besitzen ein Lesegerät für digitale Bücher – und der Besitz von digitalen Lesegeräten steigt weiter an. Von Juli 2016 bis Januar 2017 stieg die Zahl der eReader-Besitzer um 9%*. Aktuell verfügen mehr als 8 Millionen Menschen über einen eReader.

Weiterhin tätigt Thalia Investitionen in mehrfacher Millionenhöhe in ein gesundes Wachstum und den Ausbau von Omni-Channel.

„Der deutsche Buchmarkt ändert sich radikal und hat mit Herausforderungen zu kämpfen, die nicht zuletzt den gesamten Einzelhandel betreffen. Aufgrund der herausfordernden Marktsituation und einer damit einhergehenden rückläufigen Kundenfrequenz, hat auch Thalia, länderübergreifend im stationären Geschäft, einen Umsatzrückgang von knapp 2% zum Vorjahr auf vergleichbarer Fläche zu verzeichnen. Durch eine verbesserte Kundengewinnungsquote, sowie einen deutlichen Anstieg beim Kauf pro Kunde, konnte der stationäre Frequenzrückgang jedoch weitgehend ausgeglichen werden. Unsere Jahresbilanz 2016/2017 zeigt deutlich, dass es richtig war, auf Omni-Channel und noch mehr Service für die Kunden zu setzen – nur so war kanalübergreifend ein leichtes Wachstum in diesem herausfordernden Marktumfeld möglich“, sagt Michael Busch.

Ausbau von Omni-Channel und einzigartige Services

Der Fokus auf Omni-Channel umfasst auch den umfangreichen Ausbau innovativer Services. Mit der „Lieblingsbuchhändler“-Funktion in der Thalia-App, können Kunden Buchhändler auswählen, denen sie online folgen möchten. Damit hat Thalia als einziger Händler einen Weg gefunden, die Beratungskompetenz seiner Buchhändler aus dem stationären auch in den digitalen Kanal zu übertragen. Ein weiteres attraktives Angebot ist die Abholung von Online-Bestellungen vor Ort. Mittlerweile wird jedes 5. Buch, das bei thalia.de bestellt wird, vor Ort abgeholt.

Auch das Angebot im Thalia Online-Shop wird kontinuierlich erweitert, zuletzt um attraktive Zeitschriften-Abonnements. Das neue Sortiment umfasst über 300 Verlagstitel.

Da sechs von zehn Kunden mittlerweile über das Smartphone auf thalia.de zugreifen, wird auch die mobile Funktionalität stetig verbessert.

Guided Selling-App für mehr Komfort beim Einkaufen

Thalia setzt auf eigene App-Entwicklungen, die den Komfort beim Einkaufen verbessern. Seit einem Jahr testet das Unternehmen in 11 Städten eine Guided-Selling-Anwendung, die die Buchhändler im Beratungsgespräch einsetzen. Die Thalia Buchhändler finden darin nicht nur die gesamte Produktwelt und das gesamte Wissen aus dem Thalia Online-Shop, sondern auch relevante Zusatzinformationen. So können Bücher gemeinsam mit dem Kunden recherchiert und die Verfügbarkeit in Filialen oder bei thalia.de geprüft werden. Hat der Kunde bereits ein Konto bei thalia.de, lassen sich alle Kundendaten über die App-Anwendung aufrufen, sodass Bestellungen direkt zur Abholung in die Filiale oder an die Wunschadresse des Kunden geliefert werden können. Zudem erlaubt die App den Zugriff auf alle verfügbaren Buchempfehlungen der Thalia Buchhändler und Kunden aus dem Online-Shop und aus ‚Thalia next‘, einer Empfehlungsdatenbank, die von Thalia Buchhändlern befüllt wird.

„Die Anwendung ist zu 100 Prozent aus Kundensicht gedacht und so konzipiert, dass Buchhändler und Kunde sie gemeinsam nutzen können. Der große Vorteil: die Beratung findet dort statt, wo sich der Kunde in der Buchhandlung gerade aufhält“, erklärt Michael Busch.

Auf dem Weg zur zentralen Plattform für Bücher

Neben der erfolgreichen Weiterentwicklung des Geschäftsmodells hat Thalia im letzten Geschäftsjahr die Weichen für eine verstärkte Vernetzung entlang der gesamten Wertschöpfungskette ‚Buch‘ gestellt. Vom Autor, über Verlage und den Handel bis zum Kunden, sollen neue Partnerschaften und Beteiligungen für mehr Zusammenarbeit in der Branche sorgen, um die Wettbewerbsfähigkeit von Thalia und seinen Partnern zu steigern. Ein Beispiel für die erfolgreiche Vernetzung in der Branche ist die Papego-App, die das kostenlose mobile Weiterlesen gedruckter Bücher mit dem Smartphone ermöglicht. In Kooperation mit Thalia konnten neue Verlagskontakte geknüpft und die Reichweite deutlich gesteigert werden. An neuen Geschäftsideen aus der Start-up-Szene zeigt Thalia großes Interesse: Als Förderer des Accelerator-Programms „CONTENTshift“ erhält Thalia Zugang zu vielen neuen Ansätzen, die das Leseerlebnis bereichern. Darüber hinaus bieten Plattformen wie ‚HamburgStartups‘ Kontakte zu Gründern, die zu Thalia passen.

Thalia engagiert sich – auch im Bereich Bildung

Mit der Beteiligung am Video-Sprachlernportals PAPAGEI.com verstärkt Thalia sein Engagement im Bildungssektor. PAPAGEI bietet als weltweit größtes Video-Sprachlernportal für jeden Lernenden und jede Situation den passenden Kurs, die passende App, das passende Training an. Dabei basieren alle Tools und Übungen auf den neuesten Erkenntnissen der Hirnforschung und Kognitionspsychologie und folgen den Prinzipien der Video Limbic Learning Methode. Um intuitives Lernen unabhängig von Ausbildung oder Mediennutzungsgewohnheiten zu ermöglichen, integriert PAPAGEI alle Tools direkt in den eigens entwickelten interaktiven Videoplayer. Jede Lernaktivität wird genau gemessen und dokumentiert und ermöglicht jederzeit einen transparenten Überblick über den Lernfortschritt. Das Kursangebot reicht von Willkommenskursen für Flüchtlinge, Deutschkursen für Anfänger, berufsspezifischen Deutschkursen und Integrationskursen bis hin zu allgemeinen Englischkursen.

Die PAPAGEI „Learn German“-App wurde von Mitarbeitern, die selbst als Flüchtlinge im Kindesalter nach Deutschland kamen, gemeinsam mit Helfern und Flüchtlingen erarbeitet. Als offiziell ausgewählter Partner vom IQ-Netzwerk Niedersachsen stellt PAPAGEI.com bereits seit Jahren Menschen mit Migrationshintergrund die Videosprachlernkurse „Deutsch als Fremdsprache“ zur Verfügung.

Thalia liebt das Lesen: rund 3.000 Events im letzten Geschäftsjahr

Thalia setzt sich seit jeher für Literatur, Kultur und das Lesen ein. Mit viel Raum für gute Geschichten und mit den nötigen Impulsen dafür, sich auch morgen noch tiefergehend mit Inhalten auseinander zu setzen. Als Marktführer im Sortimentsbuchhandel unterstützt das Unternehmen seit 2009 das größte internationale Literaturfestival lit.COLOGNE. In diesem Jahr ist Thalia erstmals auch Premieren-Partner der lit.RUHR. Darüber hinaus bieten die mehr als 280 Buchhandlungen ein breites Spektrum an Veranstaltungen. Rund 3.000 Events fanden im letzten Geschäftsjahr bei Thalia statt – davon profitieren auch die Innenstädte. Dabei setzt das Unternehmen vermehrt auf Angebote für jüngere Zielgruppen, auf die Zusammenarbeit mit Influencern und die Verbreitung über Social Media. Mittlerweile erreicht Thalia über Kanäle wie Facebook oder Instagram 16 Millionen leseaffine Menschen.

„Vor gut einem Jahr haben wir das Unternehmen mit dem Ziel übernommen, Thalia zum Synonym für Lesekultur im Digitalzeitalter zu machen. Und schon jetzt können wir sagen: Wir sind auf einem guten Weg!“, sagt Michael Busch. „Nach einer ersten Konsolidierungsphase tragen gezielte Investitionen in strategische Entwicklungsprojekte schon heute erste Früchte. Das zeigt die aktuelle Jahresbilanz deutlich. Im zweiten Jahr werden wir weiter in die Offensive gehen und den Plattform-Gedanken über alle Kanäle etablieren. Als Familienunternehmen verfolgen wir eine langfristige Planung. Wir glauben fest an die Zukunft des Buchhandels.“

*Quelle: GfK 2017

Pressekontakt:
Claudia Bachhausen
Leiterin Unternehmenskommunikation
Thalia Bücher GmbH
Mail: c.bachhausen-dewart@thalia.de
Fon: 02331 8046 1584

Über Thalia:

Für das Omni-Channel-Unternehmen Thalia stehen in den klassischen Buchhandlungen, im Online-Shop und in der Thalia App, die Bedürfnisse der Kunden im Mittelpunkt aller Aktivitäten*.

Mit mehr als 280 Filialen in Deutschland, Österreich und der Schweiz, ist Thalia im deutschsprachigen Raum Marktführer im Sortimentsbuchhandel. Bei Thalia verbinden sich buchhändlerische Tradition und innovative digitale Services, die das Einkaufserlebnis inspirierend und zugleich einfach machen. Gemeinsam mit Partnern hat Thalia 2013 den eReaderolino auf den Markt gebracht und gehört seither zu den führenden Anbietern beim digitalen Lesen. Auch B2B geht das Unternehmen neue Wege, bietet Dienstleistungen für die Buchbranche an und fördert Startups, die zur Marke passen. Seit 2009 ist Thalia exklusiver Buchpartner des größten internationalen Literaturfestivals lit.COLOGNE und, seit 2017, Partner der lit.RUHR. Mit rund 3.000** Veranstaltungen im Jahr, ist Thalia einer der großen Lese- und Literaturförderer in Deutschland. Thalia wurde 1919 in Hamburg im Gebäude des gleichnamigen Thalia-Theaters gegründet.

* lt. einer repräsentativen Umfrage von „Customer code“/Mai 2017, unter den stationären Buchkäufern in Deutschland, ist Thalia der meist präferierte Buchhändler.

**Hochrechnung 2017