

300 JAHRE GRÄFE UND UNZER

Sortiments- und Verlagsgeschichte
von 1722 bis 1950

GRÄFE
UND
UNZER

BAND 1

300 JAHRE GRÄFE UND UNZER

SORTIMENTS- UND VERLAGSGESCHICHTE
VON 1722 BIS 1950

MICHAEL KNOCHE

INHALTSVERZEICHNIS

Vorwort des Herausgebers	4
Vorbemerkung des Autors	5
1722–1746 Der erste Königsberger Buchhändler großen Stils	6
Mit Büchern handeln	8
Der Standort Königsberg	12
Schwieriger Anfang	14
Eckarts Geschäft	19
1746–1766 Gott, Universität und das allgemeine Beste	26
Die verzeichnete „Vorrathskammer“	28
Johann Heinrich Hartungs Verlag	31
Hartungs berühmtester Autor	33
Hanna Hartungs Prüfungen	36
Johann Jakob Kanter	38
1766–1797 Buchhandel als Geschäft	44
Kampf um die Vormachtstellung	46
Ein weit gespanntes Verlagsangebot	50
Fichtes verzögerte Offenbarung	55
Die Sache mit dem Päckchen	58
Achillesferse Sortiment	60
1798–1831 Alle Mittag sehr gute Suppe	66
Zwischen Kochbuch und Kant	68
Siebenundzwanzig Zentner Remissionsware	74
1832–1901 Das Sortiment gewinnt die Oberhand	80
Der Namenstag der Firma Gräfe und Unzer	82
H. E. Gräfe allein in der Stadt der reinen Vernunft	85
Schnelle Eigentümerwechsel	89

1902–1927	Auf dem Weg zur größten	
Buchhandlung Deutschlands	94	
Gegenüber der Universität	96	
Leihbibliothek, Antiquariat, Lehrmittelabteilung	101	
Verlag und Buchhandlung wieder in einer Hand	103	
„Pioniere für das Deutschtum“	104	
1928–1944	Mit Gewinn durchs Tausendjährige Reich	110
Haus der 200.000 Bücher	112	
Thomas Mann kommt zu Besuch	116	
Ein Auftritt vor dem Börsenverein	120	
Konflikt mit dem Stürmer	122	
„Dünen, Wälder, weites Land, Ostpreußen“	125	
Auch das Sortiment ist „kriegswichtig“	131	
1944–1945	Das Ende in Königsberg	134
Die Katastrophe	136	
Nach den Luftangriffen	142	
1946–1950	Der geistige Sammelpunkt für die	
alte Heimat – Neuanfang	144	
Die Etablierung von Elwert-Gräfe und Unzer in Marburg	146	
Ein Raubmord beendet das Marburger Experiment	150	
Resümee	154	
Eigentümer und Geschäftsführer von Gräfe und Unzer	158	
Dank und Bildnachweis	160	
Anmerkungen	161	
Ungedruckte Quellen	168	
Literaturverzeichnis	169	
Personenregister	181	
Impressum	184	

Deutschlands gelegenen Königsberg war ein großes Lager essentiell, um den Lesern vor Ort die Erzeugnisse des Buchmarkts rasch zugänglich zu machen. Aber für den Betreiber war das große Lager ein Risiko, weil es für lange Zeit Kapital band. Die Schwierigkeit brachte Eckarts Nachfolger Hartung einmal so auf den Punkt:

Die Entfernung Königsbergs von denen Orten, wo der meiste Bücher-Verkehr unterhalten wird, macht diesen Handel so mühsam als kostbar. Man kann demnach bey der gehäuften Menge von Büchern, welche jährlich herauskommen, nicht von jedem eine Anzahl übernehmen. Manche sind so beschaffen, daß man es kaum wagt, ein Stück davon ins Land zu bringen, und es kommt oft genug, daß solch ein einziges Exemplar ein kostbares Meubel wird; wohingegen andere sich frühzeitig vergreissen und dann auf einige Wochen lang vergeblich gesucht werden.¹¹

In diesen Sätzen deutet sich bereits an, warum die größte deutsche Buchhandlung in der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts in Königsberg angesiedelt war und nicht etwa in Leipzig. In Leipzig war ein tiefgestaffeltes Sortiment nicht so wichtig, weil man alles im Handumdrehen besorgen konnte.

SCHWIERIGER ANFANG

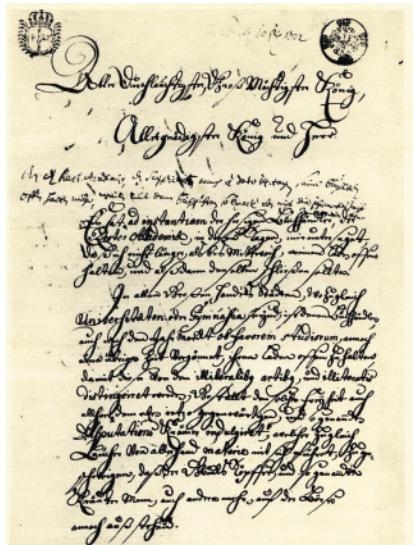
Wir wissen wenig über Christoph Gottfried Eckarts persönliche Umstände: Er wurde am 18. April 1693 in Grimma geboren und stammte aus gutbürgerlichen Verhältnissen. Sein Vater war Gerichtsdirektor in Seelingstädt und Bürgermeister in Grimma bei Leipzig. Als Buchhandelsgeselle hatte er bereits einige Jahre in Königsberg gearbeitet, und zwar in der angesehenen Verlagsbuchhandlung von Martin Hallervord, die nach seinem Tod 1714 von der Witwe fortgeführt wurde. Er wusste also, auf was er sich einließ.

In seiner Gesellenzeit war er als Autor eines Gratulationsgedichts hervorgetreten. 1719 hatte er für seinen Freund Benjamin Hoffmann, der in Wittenberg das Magisterstudium abgeschlossen und damit die Lehrbefugnis erhalten hatte, ein selbst verfasstes Poem drucken lassen. Es war eine gute Gelegenheit, sich selbst nebenbei als Mitglied der Gelehrtenrepublik und bildungsbeflissener Schriftsteller zu präsentieren. Eckarts literarische Begabung fällt dabei weniger ins Auge als seine Befähigung,

gewagte Metaphern zu verwenden und alle möglichen Figuren der griechischen Sagenwelt aufzurufen. Aber das alles scheint dem Autor bewusst gewesen zu sein, denn selbstironisch spricht er von „einer schlechten Gratulation“. Der Titel des einen Bogen umfassenden und mit drei Kupfern geschmückten Drucks lautete *Die erfüllte Hoffnung* (1719).¹² Im Matrikelverzeichnis der Universität Wittenberg taucht Eckart nicht auf. Gute Lateinkenntnisse, die Voraussetzung für den Buchhändlerberuf waren, konnte man auch in der Schule erwerben. Auf jeden Fall muss Eckart ein aufgeweckter und unternehmungslustiger junger Mann gewesen sein. In Leipzig übernahm er von 1720 bis 1722 die Geschäftsführung eben jener Leipziger Buchhandlung Große, die seit 1594 die Herstellung der Messkataloge besorgte. Eigentümerin war damals die Witwe Maria Felicitas des verstorbenen Johann Große. Als „Faktor“ der alteingesessenen Firma hat Eckart die wichtigsten Akteure und die Funktionsweise des deutschen Buchhandels persönlich kennengelernt. In den Folgejahren kam es zu manchen Formen der Zusammenarbeit.

Am 22. Mai 1722 richtete Eckart an den König seinen Antrag auf Gewährung eines Buchhändlerprivilegs.¹³ Ohne ein Privileg wäre der Geschäftsbetrieb nahezu unmöglich gewesen. Eckart hätte nur auf Jahrmärkten handeln können, was er in diesem Jahr auch wirklich tat, während er auf die Bewilligung wartete. Aber er wollte akademischer Buchhändler werden. Nur das war ein einträgliches Geschäft, wenn der Handel erst einmal in Schwung gekommen war. Bei seinen exzellenten Referenzen und den Geldmitteln, die er einsetzen konnte, war dieses Ziel nicht unerreichbar.

Die Zunftgenossen vor Ort waren aber gar nicht erfreut über den neuen Konkurrenten. Nachdem der Juni-Jahrmarkt beendet war, drangen sie beim Rektor der Universität darauf, dass Eckart seinen Bücherhandel unverzüglich wieder einstellte. Dieser wollte aber auch in der Übergangszeit bis zur Erteilung des Privilegs nicht untätig bleiben und wenigstens einige Einnahmen erzielen. Daher wandte er sich am 10. Juli direkt an den König und beklagte sich, dass er schon „nächsten Mittwoch“ seinen provisorischen Läden schließen solle, obwohl er doch auf das „allergnädigste Privilegium“ hoffe. Daraufhin unterschrieb der König die Urkunde am 20. Juli 1722. Dieses Privileg ist die Gründungsurkunde der Firma Gräfe und Unzer und soll daher vollständig zitiert werden:



Antrag von
Christoph Gottfried
Eckart, 22.5.1722.



Verkaufsraum im Erdgeschoss. Linke Hälfte mit Personen-Aufzug.



Treppenhaus im 1. Stock mit Plastik „Sämann“ von Georg Meyer-Steglitz.



Lesetisch im 1. Stock.



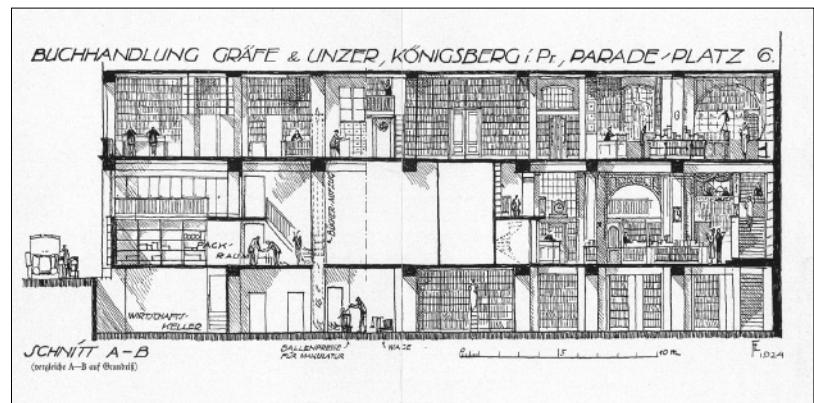
Durchblick zur Leibbücherei.



Bücherauslagen im 1. Stock.

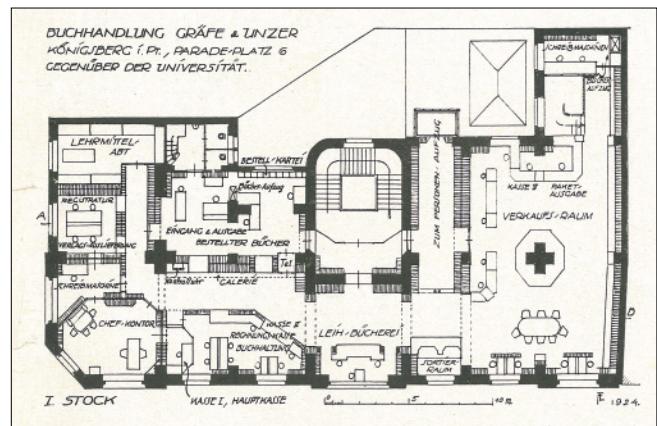
Alle Abbildungen sind aus der Festschrift 1722–1922, 200. Jubiläum.

Es waren nicht die Telefonzelle für die Besucher, die separaten Garderobenräume oder der wöchentlich aktualisierte Aushang der meistverkauften Bücher, die das Publikum am meisten verblüfften. Das Sensationelle war die Abschaffung der Ladentheke, hinter der der



Schnitt, 1924.

Buchhändler früher stand und den Kunden nach seinen Wünschen befragte. Jetzt waren die Barrieren der Ladentische aus dem Geschäft verbannt.²⁴⁶ Jedermann konnte direkt an die Regale und Auslagen an den Wänden herantreten, Bücher entnehmen und sie anlesen. Es gab Galerien in halber Stockwerkshöhe und überall bequeme Sitzmöbel. Um möglichst viele Bücher zeigen zu können, waren sie in den Regalen in zwei Reihen aufgestellt, die hintere Zeile war etwas erhöht, damit die Bücherrücken erkennbar waren. Um die Säulen herum gruppierten sich Tische mit Auslagen. Auch im Rauminnern waren Regale verteilt, die nur hüfthoch waren und weitere Auslageflächen boten, ohne den Raum allzu sehr zu beengen. Der sichtlich beeindruckte Journalist der *Königsberger Hartungschen Zeitung* bemerkte anlässlich der Eröffnung 1916, eine solche Buchhandlung hätte es bisher in Ostpreußen nicht gegeben und bescheinigte ihr Geschmack, Stil und Zweckmäßigkeit.²⁴⁷ Tatsächlich gehörte Gräfe und Unzer zu den Vorreitern eines neuen Einrichtungstyps, der andernorts, bei bescheideneren Größen von Lokal und Geschäft, mit den Begriffen „Lesezimmer“ oder „Bücherstube“ auftrat. Anfang des 20. Jahrhunderts kamen Lese- und Sitzmöglichkeiten und direkter Zugang zu den Büchern in deutschen Buchhandlungen auf. Berühmt war etwa das Lesezimmer



Grundriss 1. OG, 1924.

HAUS DER 200.000 BÜCHER

III Die Familie Paetsch beauftragte den siebenundzwanzigjährigen Bernhard Koch, der Hildegard, die älteste von drei Töchtern des Ehepaars Otto und Gertrud Paetsch geheiratet hatte, mit der Leitung der Familien-Kommanditgesellschaft. Er hatte bereits ein Jahr bei Gräfe und Unzer gearbeitet und wurde 1928 alleiniger persönlich haftender Gesellschafter. Zuvor verkaufte er die vom Vater ererbte Verlagsbuchhandlung Carl Koch in Nürnberg, die sich auf Schulbücher spezialisiert hatte, und setzte für die Sortimentsbuchhandlung gleichen Namens einen Geschäftsführer ein.²⁷⁵ Auch als neuer österreichischer Honorarkonsul trat Koch in die Fußstapfen seines Schwiegervaters. Auch wenn er diesen Titel 1938 nach dem „Anschluss“ Österreichs wieder verlor, blieb er für seine Mitwelt zeitlebens der „Konsul“. Er starb 1970 bei einem Autounfall.



Bernhard Koch, ca. 30er-Jahre.

Nach den Umbaumaßnahmen konnten sich alle Abteilungen der Buchhandlung noch besser entfalten. Am meisten profitierten von den neuen Räumlichkeiten die Lehrmittel-Abteilung, die Jugend- und Kinderbücher und die wissenschaftliche Literatur. Seit 1927 verwendete Gräfe und Unzer noch auf Veranlassung von Otto Paetsch die Eigenbezeichnung „Haus der Bücher“. Vom Erfolg kündet eine Postkartenserie mit Innenansichten der Buchhandlung, die als Werbemittel an auswärtige Kongressbesucher verteilt wurde.

Haus der 200.000 Bücher



*Haus der Bücher, Paradeplatz 6.
Außenansicht mit acht Schaufenstern.*



*Haus der Bücher mit Lieferwagen,
Königsberg i. Pr. 1943.*



*Jugendschriften-Abteilung mit Kinder-
Leseecke.*



*Verkaufsraum im ersten Stock, Antiquariat
und wissenschaftliche Abteilung.*



Haus der Bücher, letzte Weihnacht 1943.



Belletristische Abteilung im Erdgeschoss.

NACH DEN LUFTANGRIFFEN

III In den Wochen nach den Luftangriffen vom 27. und 30. August wurden die Obdachlosen in Behelfsheimen, vor allem auf dem Land, schlecht und recht untergebracht. Zum Glück war das Wetter zunächst trocken und warm. Die Nahrungsmittelversorgung blieb dürftig. Die unpassierbaren Brücken und wichtigsten Straßen wurden einigermaßen instandgesetzt, Straßenbahnen wieder auf ihre Fahrt durch Trümmerlandschaften geschickt. Die Eisenbahnen fuhren planmäßig – meist völlig überfüllt, da viele Menschen Königsberg für immer verlassen wollten. Die Post arbeitete zuverlässig, wenn auch die Zustellung der Briefsendungen in vielen Fällen unmöglich war. An vielen Häuserruinen war mit Kreide angeschrieben, wo die ausgebombten Bewohner untergekommen waren. Am 15. November eröffnete die Universität, die Albertina, ihren Vorlesungsbetrieb für das Wintersemester 1944/45.

Bernhard Koch zeigte die Zerstörung des Firmensitzes dem Börsenverein in einem kurzen sachlichen Schreiben vom 14. September 1944 an: Das Haus der Bücher sei bei dem „Terrorangriff“ ein Raub der Flammen geworden. Auch die gut ausgebauten Kellerräume seien wider Erwarten ausgebrannt. Inzwischen hätten etwa 70 Mitarbeiter „mit ungebrochenem Mut“ an vier verschiedenen Ausweichorten mit dem Wiederaufbau begonnen. Auch den Verkauf an das Privatpublikum wolle man in Kürze wieder aufnehmen. Sodann teilte er die Anschriften der nunmehr verstreuten Abteilungen mit. Am Ende seines Schreibens wurde er doch feierlich, als er gelobte: „Wir werden uns mit allen uns zur Verfügung stehenden Mitteln getreu unserer mehr als 200-jährigen Tradition der Aufgabe widmen, dem Deutschen Buch zu dienen.“³⁵⁴

Auch wenn es in dieser Situation darum ging, dass sich ein „kriegswichtiger Betrieb“ als handlungsfähig darstellte und seinen Status nicht in Frage gestellt sehen wollte, war der Verweis auf die Tradition in der existentiellen Krise mehr als bloße Rhetorik. Koch beschwor die Geschichte als symbolische Ressource, weil er wirklich glaubte, aus ihr Kraft zum Weitermachen beziehen zu können.

Doch es nützte nicht mehr viel. Der Verkauf wurde zunächst am Theaterplatz, später in der Hagenstraße, wo zugleich ein Lager eingerichtet war, aufrechterhalten – zuletzt durch eine einzige Mitarbeiterin, Charlotte Manske, bis Anfang März 1945.³⁵⁵ Die Geschäftsleitung und die Bestellabteilung waren in der Privatwohnung von Kochs Schwägerin

**Gräfe und Unzer
versucht, den Be-
trieb so gut es geht
aufrecht zu erhalten.**

Dora und Rolf Drohn in der Orselnstr. 10 untergekommen. Der Verlag bestand noch aus Hofstötter und seiner Sekretärin Gerda Helbing und fand Obdach in der Wohnung der Familie Hofstötter in Ratslinden 34 – aber nur für kurze Zeit, denn Hofstötter wurde bald eingezogen. Die meisten Angestellten hatten wie Tausende ihrer Landsleute in den Herbst- und Wintermonaten versucht, die zuletzt zur „Festung“ erklärte Stadt zu verlassen, bevor die sowjetischen Truppen nach tagelangem Artilleriebeschuss und Luftangriffen die Macht übernahmen. Am 9. April 1945 erklärte der Festungskommandant Otto Lasch die Kapitulation.

Man kann sich kaum ausmalen, welche Dramen sich in dieser Zeit abgespielt haben: in den überfüllten Reichsbahnzügen, die nur noch bis 21. Januar 1945 in Richtung Westen verkehrten, auf den Flüchtlingstrecken im Frostwinter 1944/45 oder in den vereisten Häfen, als die letzten Schiffe auslaufen sollten. Siegfried Lenz vermittelte in seinem Roman Heimatmuseum (1978)³⁵⁶ eine Ahnung von den Drangsalen der Flüchtlinge. Der Ich-Erzähler Zygmunt Rogalla will nicht nur sich selbst retten, sondern versucht auch, Teile der Exponate des Heimatmuseums der Stadt Lucknow mitzunehmen. Seine Bemühungen stehen im Gegensatz zu den komfortablen Fluchtmöglichkeiten, die sich die Nazi-Clique um den Gauleiter Erich Koch sicherte, während sie die Zivilbevölkerung zum Ausharren zwang und damit häufig der Roten Armee auslieferte.

Über die folgende Zeit unter russischer Besatzung berichten die Augenzeugen Erschütterndes.³⁵⁷ Im Sommer 1947 begann die sowjetische Militärverwaltung mit den systematischen Aussiedlungstransporten, die ein Jahr später abgeschlossen wurden. Danach galt die Oblast Kaliningrad als Sperrgebiet. Königsberg gab es nicht mehr, auch keine Deutschen mehr in Stadt und Umland.³⁵⁸

Unter den Mitarbeitern von Gräfe und Unzer, die auf der Vermisstenliste der ersten Nachkriegsjahre standen, waren Karl Pasdziernik, Leiter der Lehrmittel-Abteilung von 1928–1945, Ernst Bernhardt, erster Sortimentler von 1918–1945, Herbert Nasilowski, erster Antiquar von 1932–1945 und Fritz Teschner, Bestellbuchführer von 1914–1945. Von vielen anderen Angestellten fehlen alle Nachrichten.³⁵⁹ Bernhard Koch dagegen hatte Glück.

SORTIMENTS- UND VERLAGSGESCHICHTE VON 1722–1950

1722–1746 Der erste Königsberger Buchhändler großen Stils

1746–1766 Gott, Universität und das allgemeine Beste

1766–1797 Buchhandel als Geschäft

1798–1831 Alle Mittag sehr gute Suppe

1832–1901 Das Sortiment gewinnt die Oberhand

1902–1927 Auf dem Weg zur größten Buchhandlung Deutschlands

1928–1944 Mit Gewinn durchs Tausendjährige Reich

1944–1945 Das Ende in Königsberg

1946–1950 Der geistige Sammelpunkt für die alte Heimat – Neuanfang

GRÄFE
UND
UNZER

300 JAHRE GRÄFE UND UNZER

Illustrierte Chronik des Verlages
von 1950 bis 2022

GRÄFE
UND
UNZER

BAND 2

300 JAHRE GRÄFE UND UNZER

**ILLUSTRIERTE CHRONIK DES VERLAGES
VON 1950 BIS 2022**

GEORG KESSLER

MIT BEITRÄGEN VON

JOACHIM RAU

JÖRDIS SCHMID-MEIL

HARTWIG SCHNEIDER UND

JAN WIESEMANN

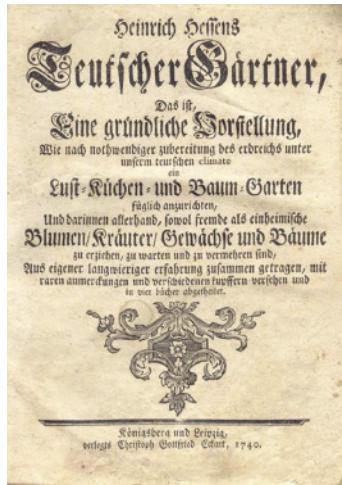
INHALTSVERZEICHNIS

Vorbemerkung	5
Die frühen Ratgeber bei Gräfe und Unzer	6
1950–1967 Hartung x Kanter – Paetsch – Prelinger	8
Epochenschwellen	10
Neuanfang in Garmisch-Partenkirchen und Bad Wiessee	12
Kurt Prelinger und der Blick durch die Milchglasscheibe	14
1968–1974 Weichenstellungen	18
À la carte in die Zukunft	20
Nutzenversprechen und Alleinstellungsmerkmale	22
Expandierende Vertriebspolitik	24
250 Jahre – eine Geschichte mit Janusgesicht	26
„Tchibo-Eklat“ – mit Turbo am Pranger, mit Urknall im Markt	30
„Du kaufst, was Du siehst.“ Das Buch von seiner besten Seite	32
1975–1989 Formaler Avantgardismus	34
Maßkonfektion und Trennung	36
Küchenratgeber: Reihenprimus	38
Die GU-Kompassse	40
Durchbruch mit Bildkochbüchern	42
Expansion nach außen, Konzentration nach innen	44
Das Programm um 1980	46
Zeit, innezuhalten und zu integrieren	50
„Vertrauen gewinnt!“ Das Buch auf Reisen	52
Klassiker als Vermächtnis – und dritte Schwelle	54
1990–2001 Zäsur und Bestand	56
1990 – Thomas Ganske	58
Weiter mit Volldampf auf Kurs	60
Gruppensynergien und Coup im Lizenzgeschäft	62
1997 – Das 275. Jubiläum des Gräfe und Unzer Verlages	64
Strategisches Pricing: die „gelbe Pest“	66
Dachmarke, Produktmarke, Markenevolution	68
Brand Management und Selbstähnlichkeit	70
Marktführerschaft, Produkterotik und Vitalität	72
Gräfe und Unzer in der Ganske Verlagsgruppe	74
Hungry auf Akquisition	78

Inhaltsverzeichnis

2002–2010 Tradition und Dynamik	80
GU ab 2002 – gelungener Stabwechsel	82
Durchdeklinierte Markenenergie	86
Reifegrad der Markenführung	88
Neue Produkttypen	90
Corporate Design von 2006	92
Kundenloyalisierung im Focus	94
GU legt beim Marktanteil zu und gründet Kochportal	96
Führungswechsel	99
2011–2022 Experiment, Restabilisierung und Trendwende	100
Personalkarussell im Management	102
Entwicklungen im Markt	104
Nicht alles funktioniert – woran sich die Geister scheiden	106
Turbulenzen	107
Das richtige Buch in der richtigen Menge am richtigen Platz	109
Reflexions- und Handlungsdruck	110
Konsolidierung und Neuaustrichtung	112
Mandat angenommen	116
Aufbruch, Impact und Erfolg	118
Digitale Herausforderungen	120
E-Commerce und Digitalisierung	122
300 Jahre Gräfe und Unzer	124
Geschichte der Verlagssignets	126
Die Markenfamilie von Gräfe und Unzer	128
Gräfe und Unzer (Autorenverlag)	130
Teubner	136
Hallwag	144
BLV	150
Der Reiseverlag	158
Eigentümer und Geschäftsführer von Gräfe und Unzer	174
Nachwort und Danksagung	176
Anmerkungen	178
Literaturverzeichnis	180
Personenregister	181
Bildnachweis & Impressum	182/184

DIE FRÜHEN RATGEBER BEI GRÄFE UND UNZER



Das erste Gartenbuch Eckarts: Heinrich Hessens Teutscher Gärtner von 1740 – die Neuauflage eines bekannten Gartenratgebers, der vier Bände vereinte, 54 Pflanzenabbildungen enthielt und erstmals 1690 erschienen war. „Das ist, Eine gründliche Vorstellung, Wie man nach notwendiger Zubereitung des erdreichs unter unserem teutschen climate ein Lust-Küchen-und Baum-Garten füglich anzurichten, und darinnen allerhand, so wohl fremde, als einheimische Blumen, Kräuter, Gewächse und Bäume zu erziehen, zu warten und zu vermehren sind, Aus eigener, langwieriger erfahrung zusammen getragen, mit raren anmerckungen und verschiedenen lustigen Versen versehen und in vier bücher abgetheilet.“

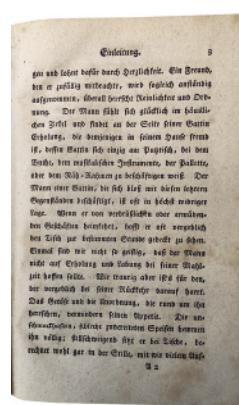
Das Titelblatt, nach damaligen Gepflogenheiten eher ein Kurztext, verspricht nutzenorientierte Information für den privaten Gebrauch – eine frühe Vorwegnahme der modernen Ratgeberdefinition in der aktuellen Warengruppensystematik.



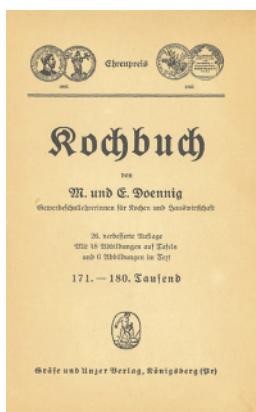
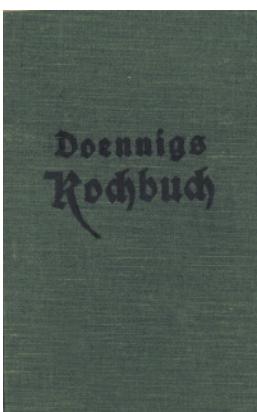
Der erste Ratgeber zur Lebenshilfe: Lilienthals Nützlicher Zeitvertreib auf dem Kranken- und Sterbebette erscheint 1753 bei Hartung.



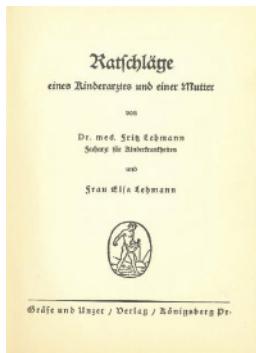
Das erste Kochbuch Unzers wird 1805 publiziert: Preußisches Kochbuch für Frauenzimmer die Hauswesen und Küche mit möglichst geringer Mühe und Kosten selbst verwalten wollen.



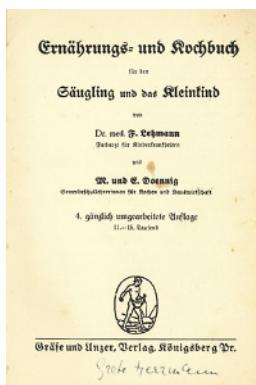
Die frühen Ratgeber bei Gräfe und Unzer



Die Doennig, der „Küchenklassiker aus Ostpreußen“, erschien erstmals 1901 im Selbstverlag – die erste Auflage von 1.000 Exemplaren war sofort vergriffen. Gräfe und Unzer sicherte sich die Rechte und schraubte den Absatz über viele Auflagen hinweg auf mehrere hunderttausend Exemplare hoch. Im Bild Umschlag und Titelseite der 26. Auflage von 1940; die 38. Auflage erscheint 1977 und ist bis 1984 im Programm des Verlages, bevor der Titel an den Würzburger Rautenberg Verlag verkauft wird.



1932 werden die Ratschläge eines Kinderarztes und einer Mutter publiziert, der erste Kinder-Ratgeber bei Gräfe und Unzer.



Der Urahne des heutigen Küchenratgebers Kochen für Babys erscheint 1934 mit dem Ernährungs- und Kochbuch für den Säugling und das Kleinkind.

„DU KAUFST, WAS DU SIEHST.“ DAS BUCH VON SEINER BESTEN SEITE

Der Weg von GU zur Marke führt in der Handelskommunikation zunächst über die schlichte Notwendigkeit, Produktreihen in ihrer ganzen Vielfalt im Buchhandel sichtbar zu machen und verkaufsfördernd zu inszenieren. Erst durch die Frontalpräsentation in den eigens für die Reihen entwickelten Verkaufsdisplays gelingt es, die Aufmerksamkeit der Kunden auf die große Themenbreite der Serien zu lenken und sie zu spontanen Impulskäufen zu animieren.

Die Geburtsstunde produktbezogener Sonderplatzierungen ist Anfang der 70er Jahre die Entwicklung eines praktischen „Verkaufs-Drehständers“ für Arne Kriegers Kochkarten. Wahlweise auf drei oder fünf Etagen können 180 oder 300 Serien übersichtlich und verkaufsfördernd präsentiert werden. Das Display verspricht einen leichten Zugriff zu jeder Serie in jeder Etage, ist auf allen Ebenen drehbar und besitzt zur Freude des Sortimenters sogar „nicht quietschende Druck-Kugellager“. Um den Drehständer breit zu distribuieren, werden Kosten und Versand durch Freistücke für den Händler ausgeglichen. Nach dem Einsatz farbiger Verkaufsboxen, den so genannten „Schnellverkaufshelfern“ für die Regal- oder Zweitplatzierung, entwickelt der Verlag Mitte der 80er Jahre den ersten „Bodendrehständer“ für die *Küchenratgeber*, einem speziell zur Präsentation dieses Ratgeberformats entwickelten Verkaufsmöbel mit sechs Leitern à sechs passgenauen Fächern zu je zehn Exemplaren, das im Wahrnehmungswettbewerb einen entscheidenden Vorteil erringt.

Mit zielgruppenspezifischen Anpassungen in der Produktgestaltung wird der Lebenszyklus der Erfolgsreihe immer wieder verlängert. Die inhaltliche und optische Überarbeitung durch Relaunchs in den Jahren 1990, 1997, 2002, 2006, 2013 und 2018 führt auch bei den Verkaufsdisplays hinsichtlich Kapazität und Ästhetik zu ständigen Verbesserungen. Bei einem dauerhaften Jahresbestand von rund 3.000 Drehsäulen auf der Fläche im Buch- und Fachhandel summiert sich deren Gesamtproduktion über die Jahrzehnte auf ca. 50.000 Dis-



„Bodendrehständer“ für die Küchenratgeber, 1987 (6 Leitern à 6 Fächer à 10 Exemplare = 360 Exemplare).

plays. Die Vorteile überzeugen irgendwann fast jeden Händler: Bei geringem Platzbedarf erzielt er eine überdurchschnittliche Flächenproduktivität, die je nach Frequenz am Standort mit einer deutlich höheren Lagerumschlagsgeschwindigkeit (LUG) einhergeht. So wird im Shop 314 am Terminal 1 des Münchner Flughafens 2012 eine Spitzen-LUG von über sechs erreicht, d. h. die komplette Befüllung der beiden Drehsäulen mit 380 Expl. bzw. 240 *Küchenratgeber* oder *Ratgeber Gesundheit* verkauft sich alle zwei Monate und erzielt damit einen Umsatz von 80.000,- € zu Ladenverkaufspreisen.

Ein weiterer Vorzug: Die Drehsäulen sind mobil und flexibel einsetzbar. Vor den Geschäften werden sie mitunter sogar als „Stopper“ direkt in der Fußgängerzone platziert.

Nach der Änderung des § 25 der Apothekenbetriebsordnung beginnt der Verlag 1994 sein in der Schublade liegendes Vertriebskonzept umzusetzen: Flächendeckend kommen in über 1.000 ausgewählten Apotheken die eigens für den neuen Vertriebskanal produzierten kleinen, nur mit vier Leitern bestückten „Einweg-Drehsäulen“ zum Einsatz, um das jeweilige Potenzial des Standorts für die *Ratgeber Gesundheit* zu ermitteln.

Mit den nach der Jahrtausendwende stark expandierenden Filialisten Thalia und Hugendubel werden Vereinbarungen für den Einbau von Sägezahnwänden getroffen. Damit gelingt es, an über 400 Standorten dauerhaft eigene „Shop-in-Shop“-Systeme zur Forcierung der Basisreihen *Küchenratgeber* und *Ratgeber Gesundheit* in den vorhandenen Ladenbau zu integrieren.

Unter den Ratgebern haben sich keine anderen Reihen über die Jahrzehnte auch nur annähernd so erfolgreich im Bewusstsein der Verbraucher etabliert. Aus Markterhebungen ist bekannt, dass 60 bis 70 Prozent der Umsätze durch Impulskauf, also durch absichtloses Stöbern und Entdecken generiert werden. Ein Trost für den stationären Handel in Zeiten des E-Commerce.

Jan Wiesemann

„Sägezahnwand“ für *Küchenratgeber* bei Hugendubel, München, Marienplatz, 2021.



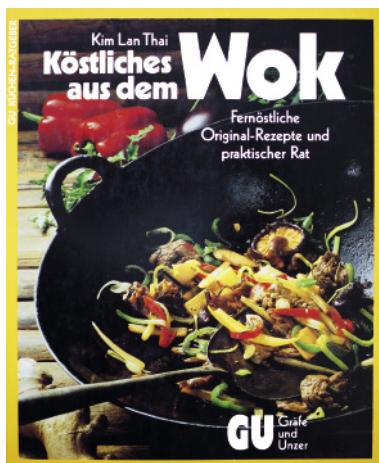
KÜCHENRATGEBER: REIHENPRIMUS

||| Seit 1974 beginnt der Verlag, in den Novitätenverzeichnissen gezielt seine Qualitätsführerschaft im Kochbuchmarkt auszuloben mit dem Hinweis darauf, dass er seit drei Jahren im Kochbuchwettbewerb der Gastronomischen Akademie Deutschlands (GAD) den ersten Platz belegt.²⁴ Die Werbebotschaften in den noch schwarz-weißen Ankündigungen (die erste vierfarbige Vorschau wird erst im Herbst 1984 erscheinen) an den Buchhandel kreisen regelmäßig um die Kernaussage „Kochbuch ist nicht gleich Kochbuch“, die von Prelinger Halbjahr für Halbjahr gebetsmühlenartig bemüht wird und die fast Claim-Charakter hätte beanspruchen können.

Marktführer im Kochbuchsegment

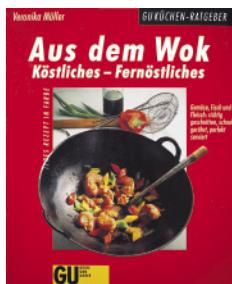
Mit dem Erringen der Marktführerschaft 1975 im Kochbuchsegment veröffentlicht Gräfe und Unzer die erste Generation von *Küchenratgebern*, die bis heute mit über 60 Mio. Exemplaren meist gekaufte Kochbuchreihe der Welt. Das Format von 16,5 x 20 cm wird speziell für diese Reihe entwickelt, die später stilprägend für alle Segmente des Hauses wird. Inhaltliche Kriterien sind: Beste Rezepte im Verbund mit Warenkunde und Küchentechnik, angereichert mit Wertmarken – sprachlichen Orts-schildern, die wie „schnell gemacht – würzig“ Hilfestellung in Richtung Nutzenerwartung geben – und originelle Tipps zu Varianten. Formal legt der Verlag besonderen Wert auf brillante Fotos, die nicht über Bildagenturen bezogen werden, sondern eigens für die Bände in Auftrag gegeben werden, um Qualitätsstandards zu setzen und Herr über die Rechte zu sein. Auf blendfreiem Papier sollen sie die Rezepte in optimaler Qualität präsentieren.

1986

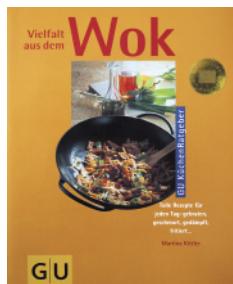


Die legendären Küchenratgeber werden seit über 45 Jahren im selben Format angeboten, haben sich bis heute über 60 Mio.-mal verkauft und sind in mehr als 20 Sprachen erschienen, u. a. auch auf Katalanisch und Hebräisch. Ihre jeweilige Konfektion ist an den Zeitgeschmack gebunden und spiegelt ihre Entwicklung zum GU-Markenartikel wider. Gegenwärtig umfasst die Reihe ca. 80 Titel.

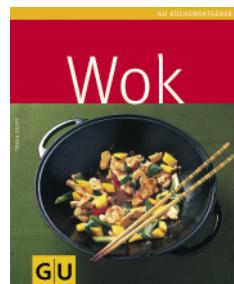
Küchenratgeber: Reihenprimus



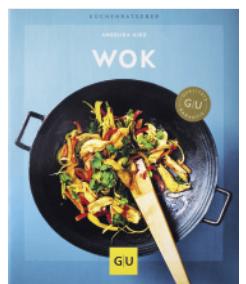
1992



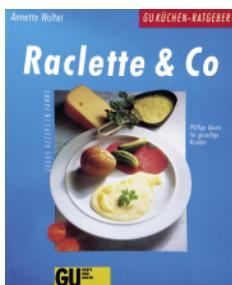
1997



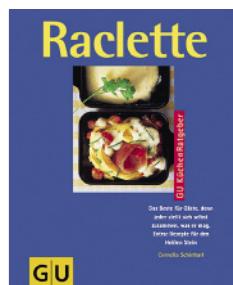
2006



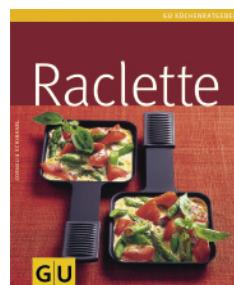
2018



1990



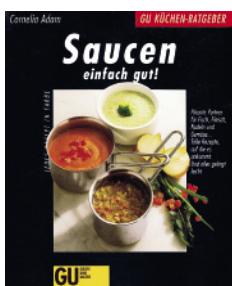
1997



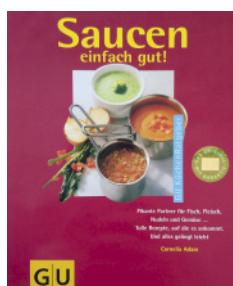
2006



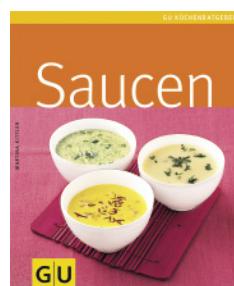
2018



1991



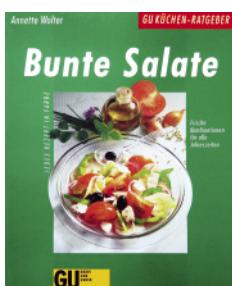
1999



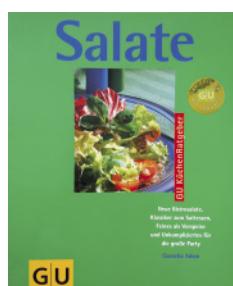
2007



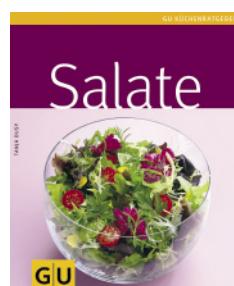
2019



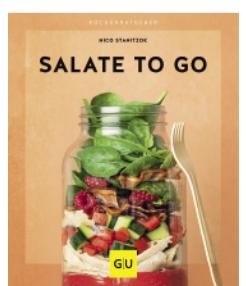
1990



1997



2007



2020

1990 – THOMAS GANSKE

// Nach dem Scheitern der Nachfolgeregelung sucht Prelinger das Gespräch mit in- und ausländischen Interessenten, darunter Hachette aus Frankreich, der schwedischen Bonnier-Gruppe sowie Barrons aus den USA, mit denen vielfältige Lizenzgeschäfte bestanden. Am Ende entscheidet er sich, die Firma nicht an einen Buchkonzern, sondern an einen Mittelständler und ein eigen tümergeführtes Familienunternehmen zu veräußern.



Zeitenwende.
1990 zieht sich Kurt Prelinger zurück und der Hamburger Verleger Thomas Ganske erwirbt den Münchener Ratgeberverlag, dessen Kernkompetenzen – Kochen, Gesundheit, Natur & Garten – perfekt zu den inhaltlichen Schwerpunkten seines Zeitschriftenportfolios passen.

Erworben wird sie im Jahre 1990 vom Hamburger Verleger Thomas Ganske, zu dessen Unternehmen neben dem renommierten, autorenorientierten Sachbuch- und Belletristikverlag Hoffmann & Campe Verlag unter anderem auch ein großes Magazin-Portfolio zählt, das in seiner inhaltlichen Ausrichtung gut zu Gräfe und Unzer passt: Die Kernkompetenzen und redaktionellen Konzepte der Münchner decken die Themenbereiche der Hamburger Unternehmensgruppe perfekt ab und lassen auf erhebliche Synergieeffekte schließen.

Eingefädelt werden die Verkaufsgespräche von Matthias Wegner, einem Vertrauten Kurt Prelingers, der bis zum heutigen Tag engen Kontakt zum ehemaligen Gräfe-und-Unzer-Verleger hält und dessen geräuschloses Ausscheiden im Börsen-

blatt gewürdigt hat. So bescheiden und zurückhaltend Prelinger im Außenauftakt immer gewesen war, so weitblickend und durchsetzungskraftig war er mit Blick auf die Zukunft des Hauses.

Als Prelinger sich auch aus Verantwortung gegenüber seinen Mitarbeitern gegen den Konzernverkauf entschieden hatte, war ihm der Verbleib Banzhaf's im Verlag wichtig, denn damit sollte die unternehmerische Kontinuität gewahrt werden. Dies war auch aus Sicht von Thomas Ganske unabdingbar, da der neue Eigentümer auf das spezifische Know-how für die Bewirtschaftung, Programmführung und Vertriebstechniken von Gräfe und Unzer zurückgreifen musste, das in der Verlagsgruppe zu diesem Zeitpunkt noch nicht vorhanden war. Darüber hinaus hatte der Verlag seinen Sitz in einem von Hamburg weit entfernten Standort. Eine komplett neu zusam-

mengestellte Führungsmannschaft wäre mit erheblichen Risiken verbunden gewesen.

Bei einem zweitägigen Treffen einigen sich Thomas Ganske und Banzhaf, wie der Verlag unter der Führung von Banzhaf als Sprecher der Geschäftsführung zu entwickeln sei. Bereits 1989 hatte Banzhaf seine Anteile am Banzhaf Verlag an Gräfe und Unzer verkauft und war Teilhaber geworden. Als Prelinger dann aus dem Verlag ausscheidet, bleibt Banzhaf an Bord und sorgt in den folgenden Jahren für Stabilität im Management und die konsequente Fortführung des Erfolgskurses.



*Der Verlagssitz der Ganske Verlagsgruppe in Hamburg
Harvestehuder Weg 41–43, mit der Heine-Villa im
Vordergrund (Aufnahme 2018).*

Im Börsenblatt vom 22.05.1991 würdigt Matthias Wegner die Lebensleistung Kurt Prelingers nach dem Verkauf: „Leise und unauffällig, wie es seine Art ist, hat sich zu Beginn dieses Jahres ein Mann aus dem Buchhandel verabschiedet, der zu den erfolgreichsten und innovativsten Unternehmern der bundesrepublikanischen Verlagsgeschichte zählt.“

Nach dem Inhaberwechsel sorgt Dieter Banzhaf als Sprecher der Geschäftsführung für Stabilität und Kontinuität in München. Mit dem Eintritt Frank H. Hägers als Geschäftsführer Programm und Lizenzen 1991 und Peter M. Notz als kaufmännischem Geschäftsführer ist das Management 1992 wieder komplett.



Die Marken- familie



DIE MARKENFAMILIE VON GRÄFE UND UNZER

Gräfe und Unzer verfolgt ein Mehr-Marken-Konzept, dessen Kennzeichen Premium-Anspruch und Qualitätsführerschaft im Wettbewerb sind. Die Markenarchitektonik ist grundsätzlich offen für Neuschöpfungen und Akquisitionen auf Produktmarktebene, sofern diese zur Philosophie der Firma passen und sich ihre Bewirtschaftung nach den ökonomischen Leitplanken der Ganske Verlagsgruppe richtet.



TEUBNER

Hallwag

GRÄFE
UND
UNZER



unum
eins sein, ganz sein.



MERIAN



HOLIDAY



ILLUSTRIERTE CHRONIK DES VERLAGES VON 1950–2022

1950–1967 Hartung × Kanter – Paetsch – Prelinger

1968–1974 Weichenstellungen

1975–1989 Formaler Avantgardismus

1990–2001 Zäsur und Bestand

2002–2010 Tradition und Dynamik

2011–2022 Experiment, Restabilisierung und Trendwende

Die Markenfamilie von Gräfe und Unzer

GRÄFE
UND
UNZER