

Sigrid Pohl/Konrad Umlauf

Warenkunde Buch

Strukturen, Inhalte und Tendenzen
des deutschsprachigen Buchmarkts
der Gegenwart

2., erneuerte Auflage auf der Basis
der Warengruppen-Systematik 2007

2007

Harrassowitz Verlag · Wiesbaden

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek
Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen
Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet
über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Bibliographic information published by the Deutsche Nationalbibliothek
The Deutsche Nationalbibliothek lists this publication in the Deutsche
Nationalbibliografie; detailed bibliographic data are available in the internet
at <http://dnb.d-nb.de>.

Informationen zum Verlagsprogramm finden Sie unter
<http://www.harrassowitz-verlag.de>

© Otto Harrassowitz GmbH & Co. KG, Wiesbaden 2007

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt.
Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne
Zustimmung des Verlages unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere
für Vervielfältigungen jeder Art, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und
für die Einspeicherung in elektronische Systeme.
Gedruckt auf alterungsbeständigem Papier.

Druck und Verarbeitung: Memminger MedienCentrum AG
Printed in Germany

ISBN 978-3-447-05622-9

Vorwort

Vier Jahre nach Erscheinen der ersten Auflage ist eine zweite Auflage erforderlich. Der dynamische Buchmarkt hat sich inhaltlich verändert, vor allem verwendet der Buchhandel seit 2007 die neue Warengruppen-Systematik 2.0. Diese liegt der zweiten Auflage zugrunde. Wo die neue Warengruppen-Systematik von der bis 2006 verwendeten gravierend abweicht, weisen wir in den entsprechenden Kapiteln darauf hin.

Die Warenkunde des Buchhandels zu vermitteln ist der Zweck dieses Buches. Im Mittelpunkt stehen der Buchmarkt und seine Inhalte sowie der Umgang mit der Ware in Verkauf und Kundenberatung. Diese Inhalte werden anhand der neuen Warengruppen-Systematik 2.0 aufgeblättert.

Die Fragestellungen sind:

- Welche Inhalte und Themen gehören zu jeder Warengruppe? Diese Inhalte selbst können nur in engen Grenzen umrissen werden. Hier muss man ggf. eine Wissenschaftskunde bzw. ein Lexikon zur Hand nehmen.
- Welche Stellung haben die einzelnen Warengruppen im Buchmarkt allgemein und speziell im Sortimentsbuchhandel?
- Wie kann die betreffende Warengruppe optimal vermarktet und vorteilhaft im Ladengeschäft präsentiert werden?
- Welches sind die führenden Verlage und wichtigen Reihen für die jeweilige Warengruppe?

Das Buch richtet sich an

- Auszubildende im Buchhandel,
- Studenten in buchhandelsnahen Fächern wie Verlagswirtschaft oder Buch- und Bibliothekswissenschaft,
- Berufspraktiker im Buchhandel, die sich fortbilden möchten.

Die Warengruppen-Systematik arbeitet mit springenden Ziffern, z.B. folgt auf die Warengruppe 923 *Philosophie: Antike bis Gegenwart* unmittelbar die Warengruppe 925 *Religion: Allgemeines, Nachschlagewerke*. Man hat Platz für spätere Ergänzungen gelassen. Da dieses Buch wie die Warengruppen-Systematik aufgebaut ist, arbeitet auch seine Gliederung mit springenden Ziffern. Einige Warengruppen sind unberücksichtigt geblieben, deren Inhalt nicht ergiebig ist.

Freilich ist der Buchmarkt ein dynamischer Markt, so dass manche Beispieltitel und Aussagen wohl schon beim Erscheinen veraltet sein werden – wir meinen, dass dieses Buch dennoch eine Lücke füllt und lange Zeit nützlich sein wird.

Wir danken Frau Gladys Hoffmann für statistische Auswertungen der VLB-CD-ROM, für bibliografische Recherchen und redaktionelle Arbeiten.

Ludwigsburg und Berlin, im Juni 2007

Sigrid Pohl und Konrad Umlauf

Inhalt

Vorwort	5
Einleitung	13
0 Der Warengruppenindex	19
0.1 Hardcover, Softcover	20
0.2 Taschenbuch	22
0.3 Zeitschrift, Loseblatt-Ausgabe	25
0.4 DVD, Video	31
0.5 Audio-CD, Kassette	36
0.6 CD-ROM, DVD-ROM	44
0.7 Kalender	51
0.8 Karten, Globen	53
0.9 Nonbooks, PBS	53
1 Die Hauptwarengruppe 1 Belletristik	57
1.1 Die Warengruppe 110 Erzählende Literatur	64
1.1.0 110 Erzählende Literatur	
111 Hauptwerk vor 1945	
112 Gegenwartsliteratur (ab 1945)	64
1.1.3 113 Historische Romane und Erzählungen	70
1.1.5 115 Anthologien	70
1.1.6 116 Romanhafte Biographien	71
1.2 Die Warengruppe 120 Spannung	72
1.2.1 121 Krimis, Thriller, Spionage	
122 Historische Kriminalromane	72
1.2.3 123 Horror	73
1.3 Die Warengruppe 130 Science Fiction, Fantasy	73
1.3.1 131 Science Fiction	73
1.3.2 132 Fantasy	74
1.3.3 133 Fantastische Literatur	74
1.5 Die Warengruppe 150 Lyrik, Dramatik	75
1.5.1 151 Lyrik	75
1.5.2 152 Dramatik	75
1.6 Die Warengruppe 160 Zweisprachige Ausgaben	76
1.8 Die Warengruppe 180 Comic, Cartoon, Humor, Satire	76
1.8.1 181 Comic	76
1.8.2 182 Manga, Manhwa	78
1.8.3 183 Cartoons	79
1.8.5 185 Humor, Satire, Kabarett	79

1.9	Die Warengruppe 190 Geschenkbücher, Alben, Immerwährende Kalender, Postkartenbücher	80				
1.9.1	191 Geschenkbücher	80				
1.9.2	192 Alben					
	193 Immerwährende Kalender					
	194 Postkartenbücher	81				
2	Die Hauptwarengruppe 2 Kinder- und Jugendbücher	82				
2.1	Die Warengruppe 210 Bilderbücher	88				
2.1.1	211 Erzählerische Bilderbücher	88				
2.1.2	212 Pappbilderbücher mit und ohne Zusatzteile, Fühlbilderbücher					
	213 Stoff-, Holz- und Badebücher	89				
2.1.4	214 Religiöse Bilderbücher	89				
2.3	Die Warengruppe 230 Vorlesebücher, Märchen, Sagen, Reime, Lieder	90				
2.4	Die Warengruppe 240 Erstlesealter, Vorschulalter	91				
2.5	Die Warengruppen					
	250 Kinderbücher bis 11 Jahre und 260 Jugendbücher ab 12 Jahre	92				
2.7	Die Warengruppe 270 Biographien	94				
2.8	Die Warengruppe 280 Sachbücher / Sachbilderbücher	94				
2.9	Die Warengruppe 290 Spielen, Lernen	97				
3	Die Hauptwarengruppe 3 Reise	99				
3.1	Die Warengruppe 310 Reiseführer	101				
3.2	Die Warengruppe 320 Sport- und Aktivreisen	104				
3.3	Die Warengruppe 330 Hotel- und Restaurantführer	105				
3.4	Die Warengruppe 340 Karten, Stadtpläne, Atlanten	106				
3.5	Die Warengruppe 350 Bildbände	112				
3.6	Die Warengruppe 360 Reiseberichte, Reiseerzählungen	113				
3.8	Die Warengruppe 380 Globen	114				
3.9	Die Warengruppe 390 Kartenzubehör, Sonstiges	115				
4	Die Hauptwarengruppe 4 Ratgeber	116				
4.1	Die Warengruppe 410 Hobby, Haus	120				
4.1.1	411 Kreatives Gestalten	120				
4.1.2	412 Handarbeit, Textiles	121				
4.1.3	413 Malen, Zeichnen, Farbe	121				
4.1.4	414 Singen, Musizieren	122				
4.1.5	415 Fotografieren, Filmen, Videofilmen	122				
4.1.6	416 Spielen, Raten	123				
4.1.7	417 Sammeln, Sammlerkataloge	125				
4.1.8	418 Heimwerken, Do it yourself	125				
4.1.9	419 Hausbau, Renovierung, Umbau, Innenausbau	126				
4.2	Die Warengruppe 420 Natur	126				
4.2.1	421 Garten	127				
4.2.2	422 Naturführer	127				
4.2.3	423 Astronomie	128				
	4.2.4 424 Hobbytierhaltung					129
	4.2.5 425 Pferde, Reiten					129
	4.2.6 426 Angeln, Jagd					130
4.3	Die Warengruppe 430 Fahrzeuge, Flugzeuge, Schiffe, Raumfahrt	130				
4.3.1	431 Allgemeines, Lexika, Handbücher	131				
4.3.2	432 Auto, Motorrad, Moped	131				
4.3.3	433 Fahrrad	132				
4.3.4	434 Nutzfahrzeuge	132				
4.3.5	435 Schienenfahrzeuge	132				
4.3.6	436 Schiffe	133				
4.3.7	437 Flugzeuge, Raumfahrt	133				
4.3.8	438 Militärfahrzeuge, -flugzeuge, -schiffe	134				
4.3.9	439 Modellbau	135				
4.4	Die Warengruppe 440 Sport	135				
4.4.1	441 Allgemeines, Lexika, Handbücher, Jahrbücher, Geschichte	136				
4.4.2	442 Autosport, Motorradsport, Radsport, Flugsport	136				
4.4.3	443 Wassersport, Segeln	137				
4.4.4	444 Wintersport	137				
4.4.5	445 Ballsport	138				
4.4.6	446 Leichtathletik, Turnen	139				
4.4.7	447 Kampfsport, Selbstverteidigung	139				
4.4.9	449 Sonstige Sportarten	140				
4.5	Die Warengruppe 450 Essen & Trinken	140				
4.5.1	451 Allgemeines, Lexika, Tabellen	143				
4.5.3	453 Allgemeine Kochbücher, Grundkochbücher	143				
4.5.4	454 Länderküchen	144				
4.5.5	455 Themenkochbücher	144				
4.5.6	456 Gesunde Küche, Schlanke Küche	145				
4.5.7	457 Backen	145				
4.5.8	458 Getränke	146				
4.5.9	459 Sonstiges	147				
4.6	Die Warengruppe 460 Gesundheit	148				
4.6.1	461 Ernährung	149				
4.6.2	462 Entspannung, Yoga, Meditation, Autogenes Training	150				
4.6.3	463 Schönheit / Kosmetik	151				
4.6.4	464 Fitness, Aerobic, Bodybuilding, Gymnastik	152				
4.6.5	465 Erkrankungen, Heilverfahren	153				
4.6.6	466 Alternative Heilverfahren	154				
4.6.7	467 Schwangerschaft, Geburt, Säuglinge	155				
4.6.9	469 Sonstiges	155				
4.7	Die Warengruppe 470 Spiritualität	155				
4.7.2	472 Esoterik	158				
4.7.3	473 Astrologie, Kosmos	159				
4.7.4	474 Lebensdeutung	159				
4.7.5	475 Altes Wissen, Alte Kulturen	160				
4.7.6	476 Östliche Weisheit	160				

4.7.8	478 Anthroposophie	161
4.7.9	479 Sonstiges	162
4.8	Die Warengruppe 480 Lebenshilfe, Alltag	162
4.8.1	481 Lebensführung, Persönliche Entwicklung	163
4.8.3	483 Partnerschaft, Sexualität	164
4.8.4	484 Familie	164
4.8.5	485 Praktische Anleitungen	166
4.8.6	486 Adress-, Telefon-, Kursbücher, Einkaufsführer	166
4.9	Die Warengruppe 490 Recht, Beruf, Finanzen	166
4.9.1	491 Familienrecht	167
4.9.2	492 Grunderwerb, Immobilien	168
4.9.3	493 Erben, Vererben	168
4.9.4	494 Sonstiges Recht	169
4.9.5	495 Steuern	169
4.9.6	496 Geld, Bank, Börse	169
4.9.7	497 Ausbildung, Beruf, Karriere	170
4.9.8	498 Briefe, Rhetorik	171
4.9.9	499 Sonstiges	171
5	Die Hauptwarengruppe 5 Geisteswissenschaften, Kunst, Musik	172
5.1	Die Warengruppe 510 Geisteswissenschaften allgemein	174
5.2	Die Warengruppe 520 Philosophie	174
5.2.1	521 Allgemeines, Lexika	175
5.2.2	522 Antike	175
5.2.3	523 Mittelalter	176
5.2.4	524 Renaissance, Aufklärung	176
5.2.5	525 Deutscher Idealismus, 19. Jahrhundert	177
5.2.6	526 20. und 21. Jahrhundert	177
5.2.7	527 Östliche Philosophie	178
5.2.9	529 Sonstiges	179
5.3	Die Warengruppe 530 Psychologie	179
5.3.1	531 Allgemeines, Lexika	181
5.3.2	532 Grundlagen	181
5.3.3	533 Theoretische Psychologie	181
5.3.4	534 Angewandte Psychologie	182
5.3.5	535 Psychoanalyse	183
5.4	Die Warengruppe 540 Religion / Theologie	183
5.4.1	541 Allgemeines, Lexika	184
5.4.2	542 Christentum	185
5.4.3	543 Praktische Theologie	186
5.4.4	544 Judentum	187
5.4.5	545 Weitere Religionen	188
5.4.6	546 Bibelausgaben	189
5.4.7	547 Religiöse Schriften, Gebete, Gesangbücher, relig. Meditationen	192
5.5	Die Warengruppe 550 Geschichte	193
5.5.1	551 Allgemeines, Lexika	195
5.5.2	552 Vor- und Frühgeschichte	195

5.5.3	553 Altertum	196
5.5.4	554 Mittelalter	196
5.5.5	555 Neuzeit bis 1918	197
5.5.6	556 20. Jahrhundert (bis 1945)	197
5.5.7	557 Zeitgeschichte (1945 bis 1989)	198
5.5.8	558 Regional- und Ländergeschichte	199
5.5.9	559 Kulturgeschichte	199
5.6	Die Warengruppe 560 Sprach- und Literaturwissenschaft	199
5.7	Die Warengruppe 570 Pädagogik	205
5.7.1	571 Allgemeines, Lexika	205
5.7.2	572 Bildungswesen	206
5.7.3	573 Kindergarten- und Vorschulpädagogik	207
5.7.4	574 Schulpädagogik, Didaktik, Methodik	208
5.7.5	575 Grundschule	208
5.7.6	576 Sekundarstufe I und II	209
5.7.7	577 Erwachsenenbildung	209
5.7.8	578 Sozialpädagogik, Soziale Arbeit	210
5.7.9	579 Sonderpädagogik	211
5.8	Die Warengruppe 580 Kunst	211
5.8.1	581 Allgemeines, Lexika	212
5.8.2	582 Kunstgeschichte und 583 Bildende Kunst	213
5.8.4	584 Architektur	213
5.8.5	585 Innenarchitektur, Design	214
5.8.6	586 Theater, Ballett	215
5.8.7	587 Fotografie, Film, Video, TV	216
5.8.8	588 Antiquitäten	216
5.8.9	589 Sonstiges	217
5.9	Die Warengruppe 590 Musik	217
5.9.1	591 Allgemeines, Lexika	218
5.9.3	593 Musikgeschichte	219
5.9.4	594 Musiktheorie, Musiklehre	219
5.9.5	595 Instrumentenunterricht	220
5.9.6	596 Instrumentenkunde	220
5.9.7	597 Monografien	220
5.9.8	598 Musikalien	221
6	Die Hauptwarengruppe 6 Naturwissenschaften, Medizin, Informatik, Technik	222
6.1	Die Warengruppe 610 Naturwissenschaften allgemein	223
6.2	Die Warengruppe 620 Mathematik	224
6.3	Die Warengruppe 630 Informatik, EDV	225
6.3.1	631 Allgemeines, Lexika	228
6.3.2	632 Informatik	228
6.3.3	633 Programmiersprachen	228
6.3.4	634 Betriebssysteme, Benutzeroberflächen	229
6.3.5	635 Anwendungs-Software	230
6.3.6	636 Datenkommunikation, Netzwerke	232

6.3.7	637 Internet	232
6.3.8	638 Hardware	233
6.4	Die Warengruppe 640 Physik, Astronomie	233
6.5	Die Warengruppe 650 Chemie	235
6.6	Die Warengruppe 660 Geowissenschaften	236
6.7	Die Warengruppe 670 Biologie	239
6.8	Die Warengruppe 680 Technik	241
6.8.1	681 Allgemeines, Lexika	244
6.9	Die Warengruppe 690 Medizin	246
7	Die Hauptwarengruppe 7 Sozialwissenschaften, Recht, Wirtschaft	251
7.1	Die Warengruppe 710 Sozialwissenschaften allgemein	252
7.2	Die Warengruppe 720 Soziologie	253
7.3	Die Warengruppe 730 Politikwissenschaft	255
7.4	Die Warengruppe 740 Medien, Kommunikation	258
7.5	Die Warengruppe 750 Ethnologie	261
7.7	Die Warengruppe 770 Recht	262
7.8	Die Warengruppe 780 Wirtschaft	270
8	Die Hauptwarengruppe 8 Schule und Lernen	275
8.1	Die Warengruppe 810 Schulbücher Allgemeinbildende Schulen	276
8.2	Die Warengruppe 820 Unterrichtsvorbereitung	280
8.3	Die Warengruppe 830 Berufs- & Fachschulbücher	281
8.4	Die Warengruppen 840 Lernhilfen / Abiturwissen und 850 Lektüren / Interpretationen / Lektürehilfen	282
8.6	Die Warengruppe 860 Erwachsenenbildung / Volkshochschule	286
8.7	Die Warengruppe 870 Deutsch als Zweit- / Fremdsprache	288
9	Die Hauptwarengruppe 9 Sachbuch	289
9.1	Die Warengruppe 910 Lexika, Nachschlagewerke	291
9.1.1	911 Lexika, Enzyklopädien	291
9.1.2	912 Deutsche Wörterbücher	294
9.1.3	913 Fremdsprachige Wörterbücher	298
9.1.4	914 Sprachführer	301
9.1.5	915 Jahrbücher	302
9.1.6	916 Listenbücher	302
9.2	Die Warengruppe 920 Philosophie, Religion	303
9.3	Die Warengruppe 930 Psychologie, Esoterik, Spiritualität, Anthroposophie	307
9.4	Die Warengruppe 940 Geschichte	312
9.5	Die Warengruppe 950 Kunst, Literatur	316
9.6	Die Warengruppe 960 Musik, Film, Theater	322
9.7	Die Warengruppe 970 Politik, Gesellschaft, Wirtschaft	326
9.8	Die Warengruppe 980 Natur, Technik	331
9.9	Die Warengruppe 990 FREIBEREICH	335
	Systematisches Register der Warengruppen	336

Einleitung

Die Kenntnis der Waren des Buchhandels steht im Mittelpunkt der buchhändlerischen Qualifikation. Sie ist die eine Hälfte der Beratungskompetenz. Die andere Hälfte besteht in der Kenntnis der Kundschaft und der Fähigkeit, in der richtigen Weise auf die Kunden ein- und zuzugehen. Darüber hinaus erfordert ein erfolgreiches Handeln des Buchhändlers auch eine betriebswirtschaftliche Qualifikation und spezielle Branchenkenntnisse.

Weitere zentrale Erfolgsbedingungen für den Sortimentsbuchhandel sind:

- vor allem ein individuelles Profil und unverwechselbares Gesicht, damit die Kunden motiviert werden, gerade in einer bestimmten, ihren Interessen und Wünschen angepassten Sortimentsbuchhandlung zu kaufen,
- kompromisslos guter Service, denn zufriedene Kunden sind treue Kunden,
- höchste Beratungskompetenz, denn die Informationsmöglichkeiten der Kunden über Internet und aus Zeitschriften sind heute so umfassend, aber auch so verwirrend vielfältig wie nie zuvor,
- eine wirtschaftlich außerordentlich effiziente, konsequent auf die Kundenwünsche ausgerichtete Betriebsführung, denn nur so sind Service und permanente Weiterbildung für das Personal finanzierbar.

Es kommt maßgeblich darauf an, eine Brücke zwischen diesen beiden Zielen – individuelles Profil sowie guter Service einerseits und wirtschaftliche Betriebsführung andererseits – zu bauen. Das scheint kaum möglich zu sein, denn eine wesentliche Quelle wirtschaftlicher Betriebsführung sind Konfektionierung und Standardisierung statt stets erneuter individueller Bearbeitung.

Was ist die Warengruppen-Systematik?

Die Warengruppen-Systematik des Buchhandels ist ein Baustein für diese Brücke: Ein individuelles Profil und unverwechselbares Gesicht werden aus flexibel verwendbaren, konfektionierten Elementen aufgebaut.

Die Warengruppen-Systematik gruppiert die Waren des Buchhandels (Bücher, CD-ROMs, Hörbücher u.v.a.m.) unter Gesichtspunkten

- des Inhalts, des Themas, z.B. Kunstgeschichte oder Thermodynamik,
- der Zielgruppe und des Verwendungszwecks, z.B. Lernhilfen/Abiturwissen oder Bilderbücher,
- der Darstellungsform, z.B. Fachbücher oder Ratgeber,
- der Editionsform, z.B. Taschenbuch oder DVD.

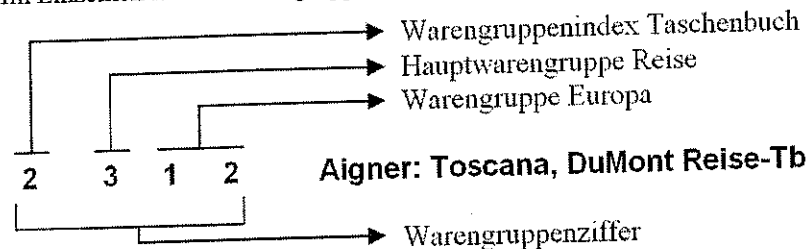
Damit macht die Warengruppen-Systematik die Orientierung in der Warenfülle unter den Aspekten möglich, die den Fragestellungen der Kunden entsprechen.

Sie wurde von den Barsortimenten entwickelt und seit 1997 im Buchhandel eingesetzt. Die vom Börsenverein des Deutschen Buchhandels überarbeitete Versi-

on 2.0 wird seit 2007 verwendet und dient als Grundlage für alle Statistiken über die wirtschaftliche Entwicklung einzelner Segmente im Buchhandel. Darüber hinaus stellt sie ein wertvolles Hilfsmittel beim Bibliografieren dar.

Die Verlage ordnen jeden ihrer Titel genau einer Warengruppe zu. Die Warengruppenziffer ist auf der VLB-CD-ROM, auf den Barsortiments-CD-ROMs sowie in der lizenzpflichtigen VLB-Online-Datenbank (<http://mvb-vlb.de>) enthalten und wird auf den Klebeetiketten, mit denen die Barsortimente die ausgelieferte Ware versehen, ausgedruckt. Die bis 2006 bestehende weit gehende Beschränkung der Warengruppenzuordnung auf Barsortimentstitel besteht im Grundsatz nicht mehr. Freilich ist gegenwärtig die Zuordnung etlicher Themen und Titel zu den Warengruppen noch nicht ganz einheitlich; auch haben die Verlage noch nicht alle Backlisttitel einer Warengruppe zugeordnet. Wiederholt sind verschiedene Auflagen oder Ausgaben desselben Titels in verschiedene Warengruppen eingeordnet. Diese Mängel fallen aber nicht so störend ins Gewicht, dass die Anwendung der Warengruppen-Systematik insgesamt sinnlos würde.

Im Einzelnen ist die Warengruppenziffer folgendermaßen aufgebaut:



In der ursprünglichen Warengruppen-Systematik war eine fünfte Stelle vorgesehen, die der feineren Unterteilung einiger Warengruppen diente. Diese ist mit der Warengruppen-Systematik 2.0 entfallen.

Wie wird die Warengruppen-Systematik verwendet?

Die Sortimentsbuchhandlung übernimmt die Warengruppenziffer als Teil der bibliografischen Daten aus dem VLB in ihr Warenwirtschaftssystem und kann auf dieser Basis:

- die Entwicklung ihres Lagers unter vielfältigen Gesichtspunkten beobachten, z.B. die Umschlagszahl des Warenlagers und den Umsatz nach einzelnen Warengruppen genau feststellen,
- gezielt Lagerergänzungen bzw. Remissionen vornehmen, den weiteren Ausbau des Lagers effizient steuern und die Einkaufsplanung optimieren
- und in der Kundenberatung eine sonst nicht mögliche Transparenz des Warenlagers erreichen.

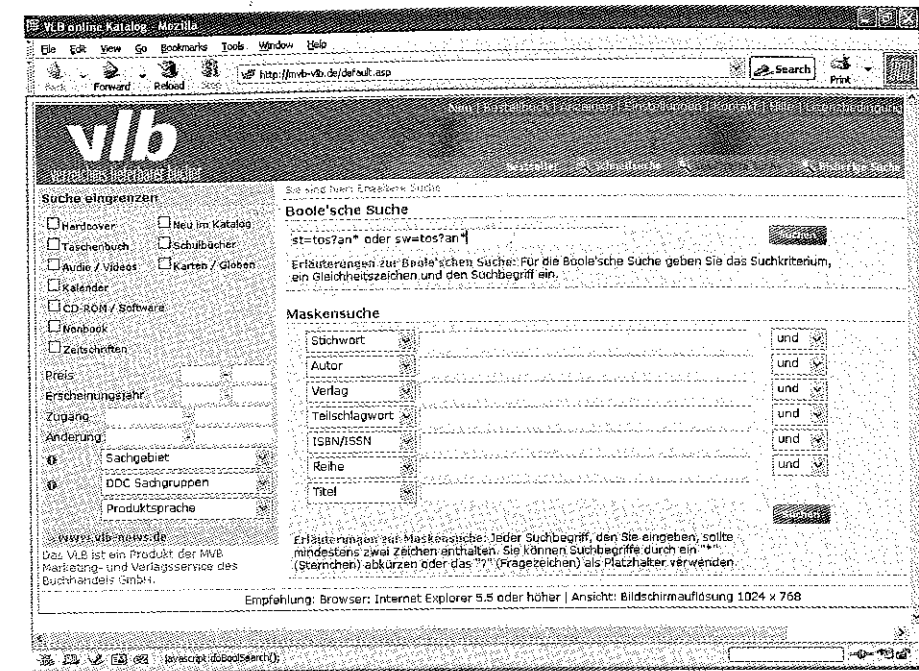


Abbildung 1: Suche in der VLB-Online-Datenbank mit Stich-/Schlagwort

Feiner verbessert die Warengruppen-Systematik die bibliografische Recherche auf der VLB-CD-ROM und den Barsortimentskatalogen auf CD-ROM sowie in der VLB-Online-Datenbank.

Die Abbildungen 1 und 2 zeigen das Vorgehen am Beispiel der Suche nach Toscana-Reiseführern: Mit dem Stich-/Schlagwort *tos?an** findet man 415 Treffer (VLB-Online-Datenbank, Juni 2007). Die Aufgliederung der Treffer nach Warengruppen zeigt, dass 173 davon Reiseführer sind, 53 weitere Titel fallen in die Belletristik, 33 Titel in die Geisteswissenschaften etc. Man erspart sich also das Durchmustern einer großen Zahl von nicht in Frage kommenden Titeln. Abbildung 3 zeigt die Auswahl, die man erhält, wenn man die Warengruppe 322 *Sport- und Aktivreisen Europa* anklickt. Demselben Kunden kann man gleich gezielt einen Krimi empfehlen, dessen Handlung in seinem Urlaubsgebiet spielt (Abbildung 4).