

# »Wir werden selbst zum Produzenten«

Weltbild bezieht einen neuen Firmensitz, hat einen anderen Namen – und immer mehr »Exklusives« im Angebot. CEO Christian Sailer über den Umbau.

 INTERVIEW: CHRISTINA SCHULTE

## Was erhoffen Sie sich durch den Umzug für Ihre Mitarbeiter\*innen und Ihr Unternehmen?

Die rund 350 Mitarbeiter\*innen von Weltbild arbeiten derzeit am Standort Augsburg in drei verschiedenen Gebäuden mit zum Teil längeren Fußwegen. Das ist nicht mehr optimal. Mit dem Bezug des neuen Bürokomplexes, der derzeit noch im Rohbau ist, beginnt für die Weltbild-Gruppe eine nächste Stufe. Wir werden den Mitarbeiter\*innen flexible Arbeitsmöglichkeiten anbieten, einerseits mit Homeoffice, andererseits in den neuen Büros, in denen wir eine zeitgemäße Arbeitsatmosphäre mit kreativen Räumen schaffen möchten. Wir arbeiten ganz anders als noch vor zwei bis drei Jahren, sind viel mehr digital ausgerichtet und möchten mit den neuen Büros sowohl nach außen als auch nach innen einen modernen Auftritt hinlegen. So zeigen wir auch, dass wir ein attraktiver und moderner Arbeitgeber sind.

## Ihre Holding heißt jetzt Weltbild D2C-Group (Direct to Customer). Warum die Umfirmierung?

Mit Zukäufen wie TeNeues und dem Kinderausstatter Tausendkind haben wir die Gruppe stark weiterentwickelt. Wir wachsen aus der Händlerperspektive heraus, erlangen immer mehr Herstellerkompetenz und werden verstärkt selbst zum Produzenten.

Mehr als 50 Prozent unserer Artikel sind mittlerweile »Exklusives«, die es nur bei uns gibt. Das zieht sich durch alle Bereiche, ob bei Büchern, anderen Medien oder den Non-Medien. Als Hersteller möchten wir direkt an die Kund\*innen herantreten. Damit unterscheiden wir uns deutlich von anderen Marktteilnehmern, vor allem aber auch von Amazon, das keine eigenen Produkte auf den Markt bringt.

## Kern und Kernprodukte von Weltbild waren einmal die Bücher. Welche Rolle spielen sie heutzutage?

Bücher haben bei uns eine sehr lange Tradition und sind nach wie vor integraler Bestandteil und stabiles Rückgrat unserer Angebote. Wir erzielen mit Büchern immerhin knapp die Hälfte unserer Einnahmen. Ein wichtiger Teil unseres Traffics im Weltbild-Shop kommt über Suchmaschinen-Abfragen nach Büchern. Unser Ziel ist es, egal ob etwa bei den Themen Garten, Gesundheit, Kosmetik oder ähnlichem, zum jeweiligen Produkt noch zusätzlich Bücher zu verkaufen und Bundles zu bilden.

## In welcher Relation steht mittlerweile Ihr Umsatz im Onlinegeschäft zum Umsatz in den Filialen?

Rund 90 Prozent unserer Einnahmen erzielen wir über das Internet, etwa zehn Prozent in den Filialen. Die Verschiebung hin zu Online ist deutlich

sichtbar, was aber keinesfalls heißt, dass wir uns aus dem stationären Geschäft verabschieden wollen. Für uns als Multikanalanbieter ist es wichtig, auf den verschiedensten Kanälen präsent zu sein. Und da gehören die Läden einfach dazu.

## Die Lockdowns haben viele Händler hart getroffen. Auch Ihre Filialen?

Ja, klar. Allerdings waren wir nach den Wiedereröffnungen sehr überrascht, wie gut die Kund\*innen unsere Läden frequentiert haben. Wir erzielen zwar nicht die Umsätze der Jahre 2018 oder 2019, aber mit der Entwicklung sind wir zufrieden. Zwar sind viele Kund\*innen in der Corona-Pandemie zum Onlinehandel »konvertiert«, aber auch sie schätzen es, wieder in einen Laden gehen zu können, sodass der stationäre Markt für uns seine Daseinsberechtigung hat. 

**Transformiert Weltbild:**  
**Geschäftsführer Christian Sailer.**  
**Das ganze Interview mit ihm finden Sie auf [boersenblatt.net](https://boersenblatt.net)**



## WELTBILD IN ZAHLEN

- Umsatz 2020:** ca. 500 Millionen Euro
- Umsatzanteil Bücher:** rund 50 Prozent
- Anteil E-Commerce:** 90 Prozent
- Zugriffswege:** 60 Prozent der Kunden kaufen via Tablet oder Smartphone
- Anzahl der Kunden:** zehn Millionen