



Klatsch und Tratsch

cvz@buchmarkt.de

Die Münchner Kultur-Initiative **ProBuch** will die im Januar begonnene Debatte, was Thunfischdosen von Büchern unterscheidet, im März fortsetzen: Im Fachprogramm der **Buchmesse Leipzig** ist sie gleich mit zwei Veranstaltungen vertreten: Für den Messesamstag ist um 13.30 Uhr im Congress Center das ProBuch Podium ‚L‘ mit einer Ersten Runde angekündigt als „Fachgespräch für und mit Insidern und anderen Interessierten – zum Handel mit Büchern in Zeiten verschärften Strukturwandels“. Runde Zwei folgt dann am Sonntag um 14 Uhr in Halle 5 als „Pressegespräch zur Zukunft des Buchhandels – mit Branchenvertretern, Autoren und Fachjournalisten“. Fragt sich nur, ob dieses für den letzten Messenachmittag angekündigte „Spannende Gewinnspiel: Wie viele Buchhändler werden überleben?“ zu diesem späten Zeitpunkt noch genügend Teilnehmer findet. Ist ja leider so, dass sonntags die meisten „big shots“ schon wieder Richtung Heimat unterwegs sind. Aber vielleicht wollte **Bernd Rieger**, einer der Veranstalter, augenfällig demonstrieren, wie es aussieht, wenn es kaum noch unabhängige Buchhandlungen gibt.

Wie schön, dass es dafür auf Verlagsseite so aussieht, als wäre die Vielfalt nicht gefährdet, da es immer wieder Neugründungen gibt. Zuletzt war das in diesen Tagen der neue Verlag **Weissbooks**, in den **Dr. Rainer Weiss** im Verbund mit **Anya Schutzbach** mit Hilfe einiger Investoren (vornehmlich aus der Schweiz, „nicht aus Liechtenstein“, wie er betont) sein Netzwerk aus über 20 Jahren bei Suhrkamp einbringt. Die beiden „Weiss-Zwillinge“ sind mit einem schönen Medienerfolg gestartet (**Barbara Stang**, Ex-**Aufbau** hat im Hintergrund mitgeholfen); **STERN**, **FAZ** & **WAMS** u.v.a. haben den Start mit großen Geschichten um ihren Spitzentitel „Die Zwillinge oder Vom Versuch Geist und Geld zu küssen“ schön garniert.

Jetzt ist aber der graue (?) Alltag für Weissbooks für die Bücher im spartanischen weißen Look angesagt. Die beiden Gründer gehen den aber

mit der Zuversicht an, dass ihr Programm das Zeug zur Backlist hat und dass der Finanzplan für die nächsten Jahre gesichert ist. Gutes Omen vielleicht, dass das letzte uns bekannte wirklich rein „weiße Programm“ mal bei Suhrkamp erschien und nur aus den Erfolgen der ersten 33 Jahre bestand. Weiss hoffnungsfroh: „Wir starten gleich mit unseren Erfolgen“

Das Ausstattungskonzept stammt übrigens vom weltweit tätigen **Büro für Gestaltung Gottschalk+Ash Int'l**, dem die Schweizer auch das Aussehen ihres Reisepasses verdanken.



THALIA-Mitarbeiter-Zeitschrift:
Das neue Markenkonzept soll „inspirieren, faszinieren und informieren“

An dem mutigen, sehr kargen Erscheinungsbild wollen die beiden Start-up-Verleger übrigens festhalten: Nur an der pro Saison wechselnden Farbe des Kapitelbändchens (achten Sie auf den kleinen Farbblitzer) sollen Sammler und Kenner später die Erscheinungsjahre der Bände auseinander halten können.

Beim Stichwort Schweiz fällt mir **Peter Haag** und sein Verlag **Kein & Aber** ein, der immer noch gern von manchen als „Start-up“-Unternehmer gesehen wird. Dabei hat er im Vorjahr bereits das zehnjährige Verlagjubiläum gefeiert. Bei dieser Party in Zürich sickerte übrigens durch, dass er mit dem

Aufbau einer eigenen Marketingabteilung den Status des „kleinen“ Independent Verlages hinter sich lassen und endgültig in die „Bundesliga“ der Verlage will.

Dafür hat er sich erstklassig verstärkt: In München sitzt für diese Aufgabe **Alexander Elspass** von der **Süddeutschen Zeitung** auf gepackten Koffern – wie es heißt, soll es dazu aber erst in diesen Tagen eine offizielle Verlautbarung geben. Wird man dann erfahren, ob damit auch die lange Zusammenarbeit von Kein & Aber mit **Eichborn** endet?

Mitte Februar hatte **Thalia** seine Lieferanten zur Präsentation des neuen Markenauftritts (siehe meine Februar-Kolumne). Richtige Begeisterung mochte aber bei den Teilnehmern aus der Verlagsbranche weder übers Konzept noch über die sehr kurzfristig erfolgte Einladung aufkommen; die Münchner empfanden die Wahl des Versammlungsortes zudem als „Machtspiel“. Denn nach Düsseldorf hätte man locker und gemütlich mehrmals täglich hin und zurück gekonnt. Verbitterter O-Ton eines Teil-

nehmers (es waren fast alle da!) „in das verd... Dortmund geht ab München nur eine Propeller-Rappelkiste am Tag, und das bedeutete 5.30 aufstehen und 21.00 Uhr wieder landen.“ Ich habe **Thalia**-Vorstandschef **Michael Busch** deswegen angemailt und er hat prompt geantwortet: „Ich denke, manche Tage sind eine Reise wert.“

Tags zuvor war übrigens **Karola Römer**, die noch die Einladung unterschrieben hatte, in Mutterschutz gegangen. Ein Teilnehmer witzelte deshalb: „Hat sie erste Wehen bekommen, weil ihr klar war, dass dieses Konzept nicht ausgereift war?“

Einen starken Eindruck aber hinterließ **Michael Busch** mit seiner über einstündigen Rede, in der er deutlich machte, dass er ein klares strategisches Ziel hat, aber auch gewillt ist, Druck zu machen. Muss er wohl auch; in der neuen Ausgabe der Mitarbeiterzeitschrift „Die Muse“, die (wie die neue Markenkampagne draußen) nach innen „inspirieren, faszinieren und informieren“ soll, begründet er deutlich die Zielesetzung: „In Österreich können wir auf ein wirklich gutes Weihnachtsgeschäft zurückblicken. In Deutschland und in der Schweiz haben wir unsere Ziele nicht ganz erreicht. Vor diesem Hintergrund haben wir nach vorne gerichtet eine einzigartige Chance. Durch die neuen Unternehmen, die in den letzten Jahren zu uns gestoßen sind, können wir auf einen großen Fundus von Erfolgsrezepten zurückgreifen. Nun sind wir gefordert, diese Vorteile im Sinne des Jahresmottos ‚gemeinsam sind wir erfolgreich‘ unmittelbar ... umzusetzen.“

Mit manchen der neuen Konzepte aber scheint nicht gut Kirschen essen – wie ich höre, wird deshalb eine weitere Führungskraft das gemeinsame Boot verlassen; da ist also was im Busch in Hagen.

Ach ja, lange nichts gehört von **Axel Poldner**, der viele Jahre prächtig von der Betreuung von Autoren und Verlagen gelebt hat – viele haben ihn fast bewundert wegen seiner Chuzpe. Aus Bewunderung scheint jetzt aber eher blanker Hass zu werden: **Rolf Rottmar**, Erfinder des **Roten Punkt**, will den langjährigen Weggefährten jetzt verklagen, da er sich von ihm betrogen (und damit nicht allein) fühlt. Ihn wundert: „Unglaublich, der arbeitet sogar für die Leipziger Buchmesse ...“. Was nicht stimmt: Poldner wirbt zwar mit Formulierungen: „Agentur akkreditiert zur Berlinale – Berliner Filmfestspiele“ oder „Leipziger Buchmesse 2008 – vom 13. bis 16. März 2008 Projekt- und Autorenbetreuung durch die Literatur-Agentur“. Aber das ist geschickt formuliert, einen Auftrag der Messe zumindest hat er nicht, wie dort betont wird, vielleicht aber von (noch?) hoffnungsvollen Autoren?