



Klatsch und Tratsch

cvz@buchmarkt.de

Auf der **Leipziger Buchmesse** habe ich bei einer empirischen Befragung festgestellt, dass die meisten diese Kolumne am liebsten wegen der Namen lesen; „je mehr drin vorkommen, desto besser“. Das ist meine leichteste Übung: Ich beginne mal mit **Beatrice Beckmann**, **Katrin Haubacher** und **Susanne Klumpp**; aus Platzgründen wird die Serie aber erst im nächsten Heft mit weiteren KollegInnen der Verlagsgruppe fortgesetzt. Ich bitte um Geduld. Kann sein, dass die Fortsetzung erst im April 2009 erfolgt.

Zwischen den Gängen in Leipzig habe ich aufgeschnappt, dass **Droemer-Marketingchef Klaus Kluge** wieder eine intelligente Lösung zur Kostendämpfung bei der Handelskommunikation gefunden hat: Die (zugegeben) hochwertig gemachten Vorschauen der Gruppe werden nicht mehr nach dem Prinzip Gießkanne versandt, sondern künftig gegen eine Schutzgebühr von 16 Euro pro Paket an den Handel abgegeben. Kluge: „So stellen wir sicher, dass nur Buchhändler unsere Vorschauapakete bekommen, die sich wirklich für unsere Produktion interessieren.“ Der Clou: „Da wir wissen, dass diese von uns so liebevoll gemachten Broschüren vor allem bei Frauen gesuchte Sammlerstücke sind, drucken wir einen Abgabepreis von 7,95 Euro pro Vorschau ein“, damit der Handel die Broschürten „bei auskömmlicher ‚Spanne‘“ anschließend verkaufen kann. Der „Frauerversteher“ (so sein Freund **Peter Prange**) hat sich aber damit schon Ärger beim **AKS** eingehandelt. Der will wissen, dass die großen Ketten die Vorschauapakete weiter kostenlos bekommen.

Kluge dementiert: „Stimmt alles nicht.“ Was rätseln lässt: Meint er die Vorwürfe vom **AKS** oder **Pranges** Profil über ihn im letzten BuchMarkt?

Nach der Buchmesse (Leipzig) ist vor der Buchmesse: In Österreich ist die Verlagsbranche verunsichert: Geht das Konzept gleich zweier neuer Großevents auf? In Wien plant der mächtige **Reed**-Konzern mit Rückendeckung des Verbandes eine Umwandlung der bishe-

rigen Buchwochen in eine **Internationale Buchmesse Wien**; die Linzer hoffen auf ihre **LITERA**, die für den 23. bis 27. April geplant ist und die ihre Region in den Fokus rücken soll.

Beide Konzepte sind nicht unumstritten. Der Widerstreit der divergierenden Interessen hat im Vorfeld jetzt zu heftigen Attacken und Kontroversen geführt: **Arno Kleibel**, Vorsitzender der österreichischen Verleger, befürchtet ein finanzielles Desaster und attestiert dem **LITERA**-Veranstalter **Berthold Greif** in den **OÖN** mangelnde Fachkompetenz; dazu wirft er ihm vor, aus Imagegründen Ausstellungsfläche an große Verlage zu verschenken und die kleinen „abzuzocken“.



Terzio Verleger **Ralph Möllers** mit **Kinderhandy**: „Eltern treffen, wo sie sind“

Greif kontert: „Höchstens zehn Prozent der Fläche sind verschenkt, rund 230 Verlage kommen nach Linz. Wir arbeiten kostendeckend“, trotz der Ungerechtigkeiten, die er anspricht: „Die in diesem Jahr erstmals in Wien veranstaltete Büchermesse werde von der öffentlichen Hand mit 250.000 Euro subventioniert, eine Buchausstellung in Salzburg mit 150.000, und „ich bekomme für mein Festival nur 10.000.“ Greif: „Die Motivation für solche Stimmen kann nur der Neid sein, lauter Neider.“

Von 2003 bis 2007 gab es eine Webseite, auf der „Aus dem Packraum“ einer Großbuchhandlung gebloggt wurde. Die bis heute unerkannte **Packerin** hat zwar inzwischen aufgehört, die skurrile Seite der Branche aus dem Blickwinkel eines kleinen Rädchens im Getriebe aufzuspießen, doch die zum Kult gewordene Seite <http://packraum.log.ag> schwirrt bei Freenet immer noch durch den Server.

Nach wie vor möchte sie unerkannt bleiben, ist jetzt aber auf die Idee gekommen, ihre treffsicheren Texte um einige neue zu ergänzen und unter dem Titel „Das Beste aus dem Packraum 2003-2007“ (ISBN 9783837028096) als handliches kleines Buch für 5,90 Euro bei **BOD** (sie schreibt: „Bücher optimistischer Dilettanten“) erscheinen zu lassen. „Dank der Werbe-Hilfe“ von **Boris Langendorf**, der ihre besten Texte auch in seinem Dienst veröffentlicht hatte, sind schon 52 Exemplare verkauft; sie ist damit „schon fast aus den roten Zahlen“.

Uns hat sie zum Abschied einen Text geschenkt, der noch nicht auf ihrer Seite stand: „Meine Freunde, die Kleinverlage. Nachdem die 13-stellige ISBN nun schon ein ganzes Jahr eingeführt ist und einem die 978 beim Tippen automatisch

von der Hand geht, bekomme ich noch immer regelmäßig Anrufe von Kleinverlagen, die ungefähr so ablaufen: Kleinverlag: Sie haben da über **IBU** was bestellt. Wir können aber mit der ISBN nichts anfangen. Ich: Das ist das Buch ‚Erwecke den Erzengel in dir‘. Kleinverlag: Aber die ISBN ist hinten falsch! Geduldig erkläre ich dem Verlag, dass sich durch die 13-stellige ISBN die Prüfziffer geändert hat. Freundlich bitte ich darum, das Buch auszuliefern – doch nachdem ich aufgelegt habe, beschleicht mich das Gefühl, dass es eigentlich nicht meine Aufgabe ist, Verlegern diese Dinge zu erläutern. Aber seit mich mal einer fragte, was denn unter ‚Buchhandelsrabatt‘ zu verstehen sei, wundert mich gar nichts mehr. Es gelang mir damals, ihm unter Hinweis auf marktübliche Gepflogenheiten 35 Prozent abzuluchsen – ‚dafür übernehmen wir auch das Porto‘ ...“

Ach ja, natürlich bleibt das Feld nicht unbestellt. Inzwischen gibt es die Seite <http://aci.blogg.de/>, die ebenfalls das Zeug zum Kult hat.

Ebenso wie dieses Konzept: Wie wir hören, wird sich **Terzio**-Verleger **Ralph Möllers** mit dem äußerst erfolgreichen Start-up **LittleStars** aus Frankfurt zusammenschließen. **LittleStars** (www.littlestars.eu) betreibt in bester Innenstadtlage ein Restaurant mit Lounge, Kinderbetreuung und Spielwarenladen. Mit Möbeln von **Vitra**, edlem Design einer anspruchsvollen Speisekarte (Möllers: „Alles bio!“) und sehr pfiffigen Service-Konzepten für Väter und Mütter (z.B. Computerarbeitsplätze inkl. Kinderbetreuung!) spricht **LittleStars** die neue, gut ausgebildete und verdienende Elterngeneration an. Ob ganztags oder stundenweise (während die Mutter shoppen geht) kann man bei **LittleStars** sein Kind bei ausgebildeten Betreuerinnen „parken“. In der Lounge gibt es trendigen Kaffee und Internetzugang, im Restaurant halbe Portionen und frischen Babybrei. Und der Spielwarenladen hält eine Auswahl von Spielwaren des **Terzio**-Partners **Imaginarium** aus Spanien bereit.

Terzio wird eine Franchise-Filiale in München eröffnen und bringt seinen Star, den **Ritter Rost**, in die musikalische Früherziehung, die in den Betreuungsgruppen angeboten wird, ein. Details über den Deal und Zeitpläne waren noch nicht zu hören, aber **Ralph Möllers** meint: „Wir wollen die Eltern da treffen, wo sie sind und ihnen von Anfang an ein umfassendes Angebot machen, von dem Bücher oder Medien eben nur ein Teil sind.“ Weitere Filialen von **LittleStars** werden demnächst in Hamburg, Berlin und Dresden eröffnet, allerdings nicht von **Terzio**. Aber Möllers: „Überall wird der **Ritter Rost** dabei sein.“