



Klatsch und Tratsch

cvz@buchmarkt.de

Immer wieder mal stolpere ich über Schreibkurse, die die Kölner Autorin **Liane Dirks** in dem Hotel **Televrin** am Hafen der kroatischen Insel Losinj anbietet. Jetzt finde ich in einem alten **Cicero**-Heft einen Artikel von **Wladimir Kaminer**, der auch über das Hotel schreibt und merke, dass es immer wieder in den Reisebeilagen der großen Gazetten auftaucht.

Wie kommt es, dass eine Hütte mit nur 15 Zimmern permanent so eine gute Publicity hat? Auf einmal dämmert es mir: Von dem Hotel hat mir doch ein ehemaliger Bürgermeisterkandidat für die Stadt Köln erzählt. Das war **Karl-Heinz Pütz**, der höchst umtriebige Chef von **Random House Audio**: Seit fast zehn Jahren betreibt er das Hotel mit zwei Partnern (der eine ist ein bekannter Fernseh- und Rundfunkjournalist, der andere ist der kroatische Partner vor Ort). Ein Blick ins Netz auf www.televrin.de zeigt: Der Mann ist zu beneiden – und seine Gäste auch.

Klar, dass ich bei Köln sofort an die **Lindenstraße** denke und an Deutschlands besten Übersetzer (zumindest ist er hierzulande der beste Briefeschreiber, wie er wieder beweist), der gelegentlich in der Serie mitspielt. Und ebenso klar war für mich natürlich, dass ich mir sofort „Gottes Segen und Rot Front“ geschnappt habe, den zweiten Teil der „Nicht weggeschmissenen Briefe“ von **Harry Rowohlt**. Von ihm war im letzten Heft an dieser Stelle schon die Rede (klarstellen muss ich dabei, dass die von ihm übersetzte neue „Pu der Bär“-Folge am 5. Oktober natürlich bei **Oetinger** erscheint). Und weil ich gerade dabei bin, nutze ich meinen Sendeplatz hier (und das Sommerloch), um die Werbetrommel für dieses Büchlein zu rühren.

Es gibt wundervolle An- und Einsichten in diesem Bändchen, die zum Niederknien sind. Erst beim zweiten Lesen habe ich aber gemerkt, dass mit dem Satz „Ich will mich bemühen, mein Amt so auszuüben, dass die, die mich nicht gewählt haben, sich ärgern, weil sie mich nicht gewählt haben“ Bundespräsident **Roman Herzog** zitiert wird. Solche Politiker würden wir gern wählen, dann ist es doch egal, dass dieses Zitat nicht von Harry Rowohlt stammt, oder? Und bei aller Lust an der Konfrontation, die aus seinen Briefen spricht: Ich stelle mir Harry Rowohlt als glücklichen (er sagt „steinreichen“) Menschen vor. Von mir aus darf er das auch bestreiten, aber er macht zumindest Leser glücklich, die Lust auf intelligente Sätze

haben, die man selbst nicht so hinkriegt (was er übrigens mit „steinreich“ meint, das lesen Sie auf S. 112).

Steinreich, zumindest auf dem Papier, war **Christian Neuber** schon einmal, das war in der Hoch-Zeit des Medienhypes. Damals stieg der Aktienkurs der von ihm gegründeten **Dino AG** (heute im Besitz von **Panini**) in schwindelnde Höhen. Jetzt schreibt Neuber seine damalige Erfolgsgeschichte neu: War es bei Dino die Idee, Zeitschriften zu erfolgreichen Fernsehthemen zu machen, bringt er in seiner **Blue Ocean AG** Kinder-Magazine zu erfolgreichen Buchserien heraus.



Online-Spiel Bella Sara: Ein virtuelles Pferd wird Vorbild für Printprodukte

Demnächst erweitert er das Konzept um eine neue Variante: Im Herbst bringt er mit **Bella Sara** eine Mädchenzeitschrift, die auf einem sehr erfolgreichen Online-Spiel basiert: Mehr als drei Millionen Mädchen im Alter von fünf bis zwölf Jahren surfen weltweit auf der Website von **Bella Sara** (in Deutschland sind es bereits 250.000) auf der Suche nach einem sagenhaften Schatz. Dort können die Kids auch ein virtuelles Pferd zum Leben erwecken und in die **Bella-Sara-Online-Welt** eintauchen. Es geht also um Pferde, Schätze, Magie und Fantasy – und das alles im Medienverbund von Internet, Sammelkarten, Zeitschriften, TV und Computerspielen: Für Neuber ist das „die“ internationale Lizenz im Kindermarkt mit dem „höchsten Erfolgspotenzial seit Jahren“. Mit ihm wollen gleich mehrere Lizenznehmer das Thema in Deutschland gemeinsam zum Erfolg führen: Mit im Boot sind auch **Ravensburger**, **Schmidt Spiele**, **Nintendo** und **Random House**: Die Verlagsgruppe wird von **Harper Collins** ein komplettes **Bella Sara**-Programm aus den USA übernehmen, wo das Thema schon richtig gut eingeschlagen hat.

Wenn jetzt Spötter lästern, aus „**Weltbild plus**“ sei „**Weltbild minus**“ geworden, dann sei darauf verwiesen, dass manche der Entwicklungen dort schon lange hätten bekannt sein können. Ein Blick ins Internet in

den elektronischen **Bundesanzeiger** zeigt, dass es im Konzern-Bericht zum Wirtschaftsjahr 2006/2007 bereits ausführliche Überlegungen zum Risiko-Management gab.

Offensichtlich sind zumindest die Bestände der Ende 2008 insolvent gegangenen **COBU GmbH** wieder im Markt. An der alten **COBU**-Adresse in Dresden residiert jetzt die **Innosense GmbH**, die unter www.globooks.de „Titel aus dem modernen Antiquariat ...“ anbietet.

Die **Innosense GmbH** ist übrigens eine Tochtergesellschaft der **Innosense AG** aus Zug (Schweiz). Das Modell kommt mir bekannt vor: Auch **COBU** war Tochter einer Schweizer Mutter, der **domus libri (helvetia) AG** aus Zug, die auch mal **COBU (Suisse) AG** hieß. Die **domus libri** wurde am 18.11.2008 liquidiert, die **Innosense** am 20.11.08 gegründet; der Verwaltungsratsvorsitzende der **Innosense** heißt **Fritz-Peter Kuss**, ein **Peter Kuss** war GF Finanzen bei **COBU**.

Beim Thema Remissionen (siehe „Das aktuelle Interview“ vorn im Heft) fällt mir der Verlagsberater **Norbert Schaepe** ein: Er dürfte als Erfinder der Remissionsgebühr gelten, die es vor 1984 nicht gab.

Ich weiß die Jahreszahl so genau, weil Schaepe im Orwell-Jahr bei **Ullstein** war und man damals über die Remissionsberge einer zu optimistisch lancierten „Phantastischen Bibliothek“ stöhnte. Die Remittendenwelle im nächsten Frühjahr, die teilweise 40 Prozent der ausgelieferten Exemplare erreicht hatte, zwang den Verlag die Notbremse zu ziehen. Schaepe schlug daraufhin seinem damaligen Chef **Hermann Meyer** vor, eine gestaffelte Bearbeitungsgebühr für Remissionen über zehn Prozent zu verlangen. Ich erinnere mich, dass es deswegen damals einen ziemlichen Aufschrei gab. Heute ist das, was damals neu war, Alltag. Und ich vermute, das ist der Grund, warum Schaepe hinterher Verlagsberater (wie Meyers Sohn **Dr. Andreas Meyer** ja auch) geworden und nicht ins Sortiment gewechselt ist.

In England soll es demnächst eine Kampagne gegen die angebliche neue Krankheit **Bookaholism** geben, mit Slogans wie „Dieses Buch kann schwer abhängig machen“. Das erinnert erfreulich an die Taschenbuch-Tüten von **S. Fischer** mit dem Aufdruck: „Vorsicht. Lesen gefährdet die Dummheit“. Diese Tüten, in Millionenaufgabe unters Volk gebracht, werden vom Handel schwer vermisst. Aber Marketing-GF **Dr. Uwe Rosenfeld** lässt Hoffnung keimen: „Wir haben zwar kräftig dabei draufgelegt und sie deshalb erstmal auf Eis gelegt, aber ich denke, dass wir sie in der zweiten Jahreshälfte wieder bringen werden.“