

Börsenblatt des Deutschen Buchhandels

8.11.2018

VEREIN PRO LIBRIS FRANKFURT GEGRÜNDET

Geburtshelfer der Frankfurter Verlagsschau

➔ Am Main laufen die Vorbereitungen für die Frankfurter Verlagsschau, die am 6. und 7. April 2019 in der Evangelischen Stadtakademie Premiere feiern soll. Anfang November hat sich der Verein Pro Libris Frankfurt gegründet, der die Veranstaltung organisatorisch stemmen wird. Im Vorstand sind Anya Schutzbach (weissbooks), Axel Dielmann (Dielmann Verlag), Cristina Henrich-Kalveram (Henrich Editionen) und Silvio Mohr-Schaaff (Büchergilde).

Wer sich für das Projekt interessiert: Am Montag,

26. November, stellen die Initiatoren die Idee und den frisch gegründeten Verein im Frankfurter Haus des Buches vor – um weitere Unterstützer für die kuratierte Verlagsschau zu gewinnen (ab 18 Uhr, in der Lounge der Börsenvereinsgruppe). Zu den Gründungsmitgliedern gehört auch der Landesverband Hessen, Rheinland-Pfalz, Saarland des Börsenvereins. 

© privat · Gaby Waldek · Don Nichols / istockphoto (v.u.)



Frankfurter Verlegerinnen und Verleger gründen ihren Verein

069 STATT 0815

Frankfurt ist eine Buchstadt! Frankfurt ist eine Literaturstadt! Und Frankfurt ist auch eine Verlagsstadt! Damit das deutlich wird, hat sich jetzt ein neuer Verein gegründet. Pro Libris Frankfurt e. V. will die hiesige Verlagsszene bekannter machen, zum Beispiel mit einer regionalen Mini-Buchmesse. >> Text: Sabine Prasch

Fast 60 Verlage gibt es derzeit in Frankfurt. Dazu gehören Riesen wie S. Fischer, literarische Dauerbrenner wie Schöffling oder die Frankfurter Verlagsanstalt und viele interessante Kleinverlage vom Kinderbuchverlag Moritz bis zu mainbooks, Gmeiner oder dem Societätsverlag. Ihr Wirken soll in der Stadt sichtbar werden. Dafür haben mutige Frankfurterinnen und Frankfurter jetzt auf das „langweiligste aller Instrumente, den Verein“, zurückgegriffen und Pro Libris Frankfurt e. V. gegründet. Mit dabei sind Anya Schutzbach von weissbooks, Axel Dielmann vom gleichnamigen Verlag, Cristina Henrich-Kalveram von der Henrich Edition und Sewastos Sampsounis vom Größenwahn Verlag sowie Silvio Mohr-Schaaff von der Büchergilde Gutenberg und Stefanie Brich vom Börsenverein. Zweck des Vereins ist laut eigener Auskunft „die Förderung von Kunst, Kultur und vor allem Literatur, dabei wird der Verein vor allem die Durchführung von Ausstellungen, Lesungen, Konferenzen insbesondere zum Thema Buchkultur übernehmen“. Was hier so harmlos daherkommt, mündet in einem kühnen Plan, der im April 2019 Wirklichkeit wird. Dann wird erstmals „069 – Die Frankfurter Verlagsschau“ in der Evangelischen Akademie am Römerberg stattfinden.

VERLAGSSCHAU MIT BÜCHERTALK

Mini-Buchmessen sind schon in vielen Städten etabliert. Buchlust in Hannover, die Buchwochen in Stuttgart, Kassel Buch oder die Lübecker Buchmacher richten sich direkt an die Leserin und den Leser und geben den Verlagen die Chance, ihre Bücher persönlich und direkt zu präsentieren. Das soll auch in Frankfurt passieren und die 069 macht es deutlich, hier geht es vor allem um regionale Erzeugnisse. Das interessierte Publikum bekommt die Chance, Bücher abseits des Mainstreams und der üblichen Verkaufsauslagen zu entdecken und natürlich auch zu kaufen. Die

angeschlagene Branche braucht umsatzfördernde Maßnahmen jenseits des üblichen Marketings. Dazu gehören auch die persönliche Kundenbindung und der Blick hinter die Kulissen des Verlagsgeschäfts. Die Frankfurter Verlagsschau verzichtet deshalb auf große Namen, Wasserglas-Lesungen und Literatur-Show. „Lesungen gibt es in Frankfurt schon reichlich, wir wollen mit dem Publikum ins Gespräch kommen“, erklärt der Vereinsvorstand sein Veranstaltungskonzept. Stattdessen sollen sich Verlage mit ihrem Profil vorstellen, es gibt Talkrunden mit Büchermenschen und kritische Diskussionen zur Zukunft des Buches, zu e-Medien und anderen interessanten Branchenthemen.



Literatur-Highlights 2019

17.02.	Langer Tag der Bücher
07.-10.3.	Fokus Lyrik. Festivalkongress
08.-10.3.	Immigrationsbuchmesse
06./07.04.	069 – Frankfurter Verlagsschau
06.-19.05.	Frankfurt liest ein Buch. Martin Mosebach: Westend
16.-20.10.	Buchmesse Frankfurt. Gastland Norwegen

REGIONAL MIT GÄSTEN

Zum Start werden zehn regionale Verlage dabei sein, die von einer Jury, zu der auch die Frankfurter Literaturreferentin Silvia Vandenrath gehört, ausgewählt werden. Jeder Verlag darf einen Gast mitbringen, der nicht aus Frankfurt kommen muss. So soll sich eine individuelle Mischung aus Regional, Indie und dem Besonderen ergeben. „Es geht darum, Vielfalt abzubilden“, betont Verlegerin Henrich-Kalveram, die vor allem Frankfurt-Themen publiziert. Damit auch alles klappt, wurde Gisela Thomas engagiert, die bis Ende 2018 noch die Veranstaltungen bei S. Fischer wuppte. Über das liebe Geld muss noch gesprochen werden, denn die 069 soll ja nicht wie 0815 daherkommen. Auch hier ist die Vereinsform nützlich, denn es werden Fördermittel von rund 35.000 € benötigt. Das Wirtschaftsdezernat der Stadt hat bereits Interesse signalisiert, die Unternehmung zu fördern. Weitere Geldgeber werden gesucht. Allein das Budget macht es schon deutlich: „Wir wollen der Frankfurter Buchmesse keine Konkurrenz machen“, erklärt Vereinsgründer und Kassenswart Axel Dielmann mit einem Augenzwinkern und freut sich sichtlich auf die erste Frankfurter Verlagsschau.

Rhein-Main Zeitung
6.04.19

Liebesgeschichten

Dein Buch braucht dich: Frankfurter Verlage zeigen heute und morgen, was sie zu bieten haben

FRANKFURT. Alle glücklichen Verlage ähneln einander, jeder unglückliche Verlag aber ist auf seine eigene Art unglücklich. Tolstoi denkt beim ersten Satz seiner „Anna Karenina“ zwar an Familien, der Gedanke passt aber genauso zur Buchbranche. Auch zwischen Verlagen und Lesern gibt es eine Beziehungskrise, in der das Publikum dem alten Partner untreu geworden ist und sich mit einem neuen Liebhaber vergnügt. So wie Anna sich innerlich längst von ihrem Ehemann Karenin entfernt hat, als sie eine Affäre mit dem Grafen Wronski beginnt, hat sich das Publikum vom gedruckten Buch abgewandt und nutzt lieber diverse elektronische Endgeräte, auf denen Information und Unterhaltung aus vielen Quellen zusammenströmen und in einer Hand vereint sind.

Die Auswirkungen spüren Verlage und Buchhandel allenthalben. Auch in Frankfurt, Deutschlands sechstgrößter Verlagsstadt nach Berlin, München, Stuttgart, Hamburg und Köln. Sechs Millionen Buchkäufer hat die Branche zwischen 2012 und 2017 verloren, das macht sich auch am Main in den Bilanzen und dem Nachdenken über Auswege bemerkbar. Zuletzt traf es den Standort jedoch besonders hart. Die Insolvenz des mit der Entwicklung

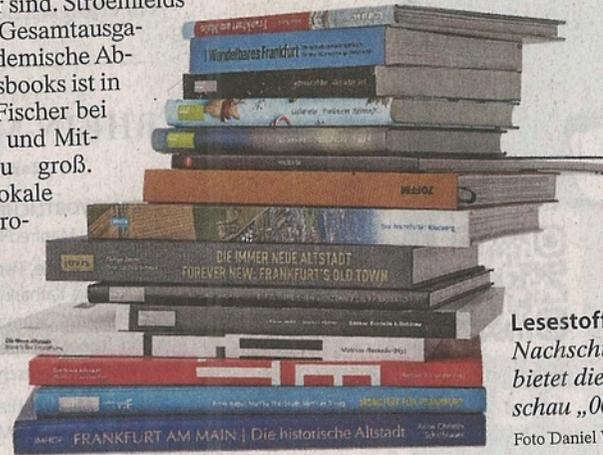
Frankfurts nach 1968 eng verbundenen Stroemfeld-Verlags, der angekündigte Umzug des vor wenigen Jahren mit großen Hoffnungen gegründeten Verlags Weissbooks nach Zürich, um dort bei einem größeren Partner unterzuschlüpfen, zuletzt der in den vergangenen beiden Jahren stark eingebrochene Umsatz beim örtlichen Giganten S. Fischer – die Schwierigkeiten der drei Häuser haben unterschiedliche Wurzeln, zeigen aber, dass Verlage im Umbruch des Buchmarkts an praktisch allen Punkten verwundbar sind. Stroemfelds historisch-überkritische Gesamtausgaben fanden weniger akademische Abnehmer als früher, Weissbooks ist in der Krise zu klein und Fischer bei weniger Geld an Titeln und Mitarbeitern plötzlich zu groß. Höchste Zeit für die lokale Branche also, sich vom trockenen Beamten Karenin in den schneidigen Wronski zu verwandeln. Denn Anna, das wissen Tolstois Leser, ist es wert. Jetzt muss sie heute oder morgen bloß noch in der

Evangelischen Akademie auf dem Römerberg vorbeischaun, wo Frankfurts Verlage zusammen mit Gästen aus anderen Städten zeigen, was sie zu bieten haben.

Kleine Verkaufsmessen wie die nach dem Frankfurter Vorwahlgebiet „069“ genannte Schau sind zuletzt immer erfolgreicher geworden. Denn die Schere zwischen Discount und Premium geht auch bei den verbliebenen Buchkäufern immer weiter auf. Den unkomplizierten Einkauf bei Amazon tätigen alle, der Besuch einer

kleinen Messe, die beim Shoppingbummel Plaudereien mit Verlegern garantiert, darf es zwischendurch aber auch gerne sein. Und wenn man nach der Show schon nicht Beyoncé treffen kann, dann am Fischer-Stand vor der Bühne des Großen Saals der Akademie wenigstens die nächste Verlagschefin Siv Bublitz.

Immerhin ist die Stimmung gut, obwohl die Lage heute in mancher Hinsicht ernster ist als während der aufgeregten Angst vor dem E-Book vor einem Jahrzehnt. Auch die Insolvenz des Zwischenhändlers KNV, der vielen Verlegern vor kurzem die Erträge aus dem Weihnachtsgeschäft nicht auszahlen konnte, wird halbwegs gelassen weggesteckt: Notlagen kennt man schon. Zumal es inzwischen ein paar Verlagspreise gibt. Mit insgesamt einer Million Euro für zahlreiche Preisträger ist die Auszeichnung ausgestattet, die der Bund im Oktober auf der Frankfurter Buchmesse erstmals vergibt. Mit dem Gewinn können die Verleger dann als Wett-einsatz zu den Pferderennen gehen, auf denen Anna so gerne ihren Wronski beobachtet. Zum Glück gibt es in Frankfurt keine Rennbahn mehr. Die Verlage aber möge es gut bis ins Ziel tragen. Lauf, „069“. (Siehe Seite 40.) FLORIAN BALKE



Lesestoff:
Nachschub
bietet die Verlags-
schau „069“.

Foto Daniel Vogl

Die Zeit für den Schulterabschluss ist gekommen

Anderswo verkaufen Verlage ihre Bücher schon länger direkt an das Publikum. Heute und morgen gibt es die erfolgreiche Idee auch in Frankfurt – auf der Verkaufsmesse „069“.

Von Florian Balke

Siebzehn aus Frankfurt, acht aus Zürich, Göttingen und Berlin. Im Großen Saal fünfzehn, zehn im Panorama-Saal. Verlage aus Frankfurt und den anderen Städten bunt durcheinander gemischt. So soll sie aussehen, die Verkaufsmesse „069“, auf der Frankfurts Buchbranche heute und morgen zeigt, was sie hervorbringt. Eröffnet wird die Schau in der Evangelischen Akademie auf dem Römerberg heute um 11 Uhr, an beiden Tagen des Wochenendes gibt es bis jeweils 17 Uhr Gelegenheit, Bücher an den Tischen der einzelnen Aussteller zur Hand zu nehmen, über sie mit ihren kundigen Verlegern hinter dem Tresen zu sprechen und sie zu kaufen.

An der Bar des Großen Saals gibt es zwischen Kauf und Plaudern Kaffee und Kuchen sowie Snacks, Wein und Sekt. „Das gehört zusammen“, sagt Weissbooks-Verlegerin Anya Schutzbach, die zu den Organisatoren der Schau gehört. Auf der Empore über der Bar berichten einzelne Verleger zur vollen Stunde über ihre Arbeit, stellen Lieblingsbücher vor und beantworten Fragen. Denn auch darum geht es: um den Zugang des Publikums zu den Machern des Kulturguts, an dem es festhält. Das ist schließlich nicht selbstverständlich in Zeichen des Buchkäuferschwunds. Da gehören Zusammenhalt und Treue durch die direkte Begegnung gestärkt: „Die Menschen sollen fragen, auch an den Tischen. Man kommt leicht ins Gespräch.“



Verleger und Veranstalter: Axel Dielmann, Anya Schutzbach und Silvio Mohr-Schaaff (von links) auf dem Dach des F.A.Z.-Redaktionsgebäudes

Foto Frank Röth

Schutzbach kennt das von vergleichbaren Messen, deren Zahl seit Jahren rapide zunimmt. In der Region hat die Mainzer „Minipressenmesse“ eine lange Tradition, die „Kasselbuch“ in Hessens Norden gibt es erst seit vorigem Jahr. Sie wird wie die Verlagsschauen in München und Stuttgart von einem Literaturhaus veranstaltet. Dass die Verlage selbst die Sache anpacken, ist die Ausnahme. Vermutlich deswegen hat es in Frankfurt auch eine Zeitlang gedauert. Jahrelang war die Schau Thema der vom städtischen Kulturamt regelmä-

ßig abgehaltenen Verlegergespräche. Aber nie ging es vorwärts, weil niemand wusste, wer wo am besten ansetzen sollte. Bis ein kleiner Kreis die Sache vorigen November beherzt anging und den Verein „Pro Libris Frankfurt“ gründete, einen Zusammenschluss fast aller Frankfurter Verlage, der die Schau nun organisiert. Bislang eine ermutigende Erfahrung. „Ich genieße es, wie wir zusammenarbeiten“, sagt Axel Dielmann, Leiter des Dielmann-Verlags und wie Schutzbach für zwei Jahre Vereinsvorstand: „Eine neue Erfahrung.“

Knapp 200 Verlage gibt es nach Zählungen des Börsenvereins in Hessen, 56 von ihnen in Frankfurt. Nicht alle sind bei „069“ dabei, nicht jeder hat sich beworben, ein Kuratorium hat zusätzlich ausgewählt, um für Vielfalt zu sorgen, den Kreis im ersten Jahr nicht zu groß werden zu lassen und für das nächste Mal noch etwas zum Rotieren übrig zu haben. Belletristik, Sachbücher, Kinderbücher, Ratgeber, Reisebücher und Regionaltitel – es soll für jeden Passendes und Überraschendes dabei sein. Um den Besuchern noch mehr zu bie-

ten, haben die Teilnehmer aus Frankfurt Verlage von weiter weg vorschlagen dürfen, die bei Kritik und Publikum beliebt sind und erfahrungsgemäß auch auf Verkaufsmessen gut ankommen, von Wallstein über Guggolz bis zu Matthes & Seitz. Zwar konkurriere man durchaus, sagt Schutzbach: „Aber die Zeiten sind so, dass der Schulterabschluss wichtiger ist.“ Alle unabhängigen Verlage müssten schließlich kreative Lösungen finden, um den Stürmen zu trotzen, die derzeit über sie kämen, ergänzt Dielmann. Jeder könne unverschuldet in Insolvenznähe geraten: „Es kann dauernd etwas passieren, dem wir nicht standhalten können, weil wir keinen Speck auf den Rippen haben.“

Weil das so ist und sie bei einem Jahresumsatz von rund 250 000 Euro jeden Cent mehrfach umdrehen muss, macht Schutzbach Weissbooks demnächst auch zu einem Imprint des Zürcher Unionsverlags. Ihre erste, von ihr maßgeblich mit vorangetriebene Frankfurter Verlagsschau ist daher vermutlich auch ihre letzte. Trotzdem hält sie noch immer viel vom Gründen und Verlegen in Frankfurt. Weil er das ähnlich sieht, unterstützt Wirtschaftsdezernent Markus Frank (CDU), der die Messe heute eröffnet, das auf 35 000 Euro veranschlagte Budget der Veranstalter mit einem hohen Betrag.

Um Geld geht es auch, wenn es gilt, das Verhältnis zum Buchhandel zu bedenken. Schließlich wird auf Messen wie der „069“ an ihm vorbei verkauft. Aus Frankfurter Buchhandlungen haben die Organisatoren allerdings kaum Kritik gehört. Aller Erfahrung nach wirke sich das Veranstalten einer solchen Schau spätestens im zweiten oder dritten Jahr auch positiv auf den stationären Buchhandel aus, sagt Silvio Mohr-Schaaff, Vertriebs- und Marketingleiter der Büchergilde Gutenberg: „Viele unterstützen uns daher mit Plakaten und Flyern.“ Für die beiden Messetage hoffen er und seine Kollegen auf viele Besucher. So wie bei Schutzbachs erstem Einsatz auf der „Buchlust“ in Hannover, einem weiteren Klassiker der Szene: „Die Menschen standen eine Viertelstunde vorher vor der Tür, mit leeren Tüten und Jutetaschen.“ Sie sind auch in Frankfurt mitzubringen. Neben Bargeld und EC-Karte.

KÖPFE & KARRIEREN

Patrick Hutsch (rechts) ist bei Schöffling nach drei Monaten wieder ausgestiegen – er war designer Nachfolger des Verlegerpaars Klaus und Ida Schöffling. »Es hat einfach nicht gepasst«, hieß es knapp.



Thomas Niemann (50, rechts), Diplom-Verwaltungswirt und Rechtsanwalt, wechselt von C. H. Beck zu Wolters Kluwer. Zum 1. Juli verantwortet er dort die Bereiche Sales und Marketing im Segment Legal.



Tobias Plücker lenkt seit dem 1. April den strategischen Einkauf beim Buchfilialisten Thalia – als Head of Strategic Purchasing. Er war zuletzt bei Aldi Süd im Einsatz, auch international.

ZUKÄUFE UND KOOPERATIONEN

Wo Verlage investieren

➔ Großfusionen stehen im Fachbuchmarkt derzeit nicht an, investiert wird trotzdem: Verlage kaufen aus strategischen Gründen weiter zu, erweitern ihre Programme – und Umsatzchancen. Nach wie vor spielt dabei auch die fehlende Nachfolge im eigenen Haus eine Rolle. Die zwei jüngsten Beispiele:

- **De Gruyter** hat zum 1. April den Klaus Schwarz Verlag in Berlin übernommen – hier haben sich die Nachfolger des 2018 verstorbenen langjährigen Geschäftsführers Gerd Winkelhane jetzt zum Verkauf entschlossen. Der Verlag ist spezialisiert auf Themen aus der Islamwissenschaft, die Backlist umfasst gut 600 Titel; besonders bekannt sind die »Islamkundlichen Untersuchungen« mit über 330 Bänden.

- **Duncker & Humblot** dehnt seinen Einfluss in den Wirtschaftswissenschaften aus – ebenfalls im Rahmen einer Nachfolgeregelung. Anfang April erwarb das Unternehmen den Deutschen Betriebswirte-Verlag mit rund 50 Lehr- und Fachbüchern (Management, Controlling, unter anderem) und der Zeitschrift »Der Betriebswirt«. Die Titel werden künftig direkt ausgeliefert, nicht mehr über die LKG.

Im Bildungsumfeld macht zudem Klett den nächsten Schritt: Der Stuttgarter Verlag übernimmt bei der Kalaidos Bildungsgruppe Schweiz (Umsatz 2018: ca. 157 Mio. Euro) die Anteile der Haupteigentümer; bislang ist Klett Minderheitsgesellschafter. Ob die Kartellbehörden dem Deal zustimmen, ist noch offen. **eb**

KURZ NOTIERT

Arnoud de Kemp (74), Verleger und Mitgeschäftsführer der **Akademischen Verlagsgesellschaft AKA** in Berlin, ist zum 31. März ausgeschieden und hat seine Anteile an den Miteignern, die Amsterdamer **IOS Press Holding B.V.**, übergeben. Künftig ist deren Direktor Einar Fredriksson alleiniger Geschäftsführer. **+++** Die **juris-Allianz** hat mit dem **IWW Institut für Wissen in der Wirtschaft** den elften Verlagspartner für juristische Fachinformationen gewonnen. **+++** Zwei Jahre nach Ende des Chamisso-Preises der Robert-Bosch-Stiftung vergibt ein Bündnis aus Vereinen und Wirtschaft jährlich den **Chamisso-Preis/Hellerau**. Er ist mit 15 000 Euro dotiert. Erste Preisträgerin ist **Maria Cecilia Barbetta**. **+++** **Murmann Publishers** überträgt seine Beteiligung am Geschäftsbetrieb des E-Learning-Anbieters **Pink University** an Mitgründerin **Britta Kroker** und Minderheitsgesellschafter **Pawlik Consultants**. **+++** Mit dem neuen Veranstaltungskonzept »**Disney Ideen Tag**« bietet der **DK Verlag** dem Buchhandel vor Ort ein Event rund um beliebte Disney-Figuren an. **+++** Die Fachzeitschrift »**Rechtsphilosophie**«, bislang bei C. H. Beck, erscheint ab Heft 1/2019 im **Academia Verlag**, einer Tochter der Nomos Verlagsgesellschaft in Baden-Baden. **+++** **Frankfurter Buchmesse 2019** (16. – 20. Oktober): Privatbesucher können bereits Tickets kaufen (buchmesse.de/meinticket). Fachbesuchertickets gibt es ab Juni. **+++** Der erste **Hamburger Bilderbuchpreis** (12 000 Euro) ging an die Hallenser Illustratorin **Ulrike Jänichen**. **+++** Die Verbundgruppe **Buchwert** kündigt ihr neues Endkundenmagazin »**Kudu**« für Buchwert-Partner an – die erste Ausgabe kommt im Herbst. Künftig soll es zweimal im Jahr erscheinen.

ZAHL DER WOCHE

25

unabhängige Verlage zeigen bei »069 – die Frankfurter Verlagsschau« ihre besten Bücher, für uns ist das die Premiere der Woche: Indies haben die kleine Messe neu gegründet, um für ihre Programme eine Bühne zu schaffen und mit Lesern ins Gespräch zu kommen (am 6. und 7. April). Die Stadt und der Börsenverein unterstützen sie dabei (nullsechsnun.net).

069
FRANKFURTER VERLAGSSCHAU

Bücher aus, für und in Frankfurt bei Kaffee und Kuchen entdecken, lesen und erwerben!

6./7. April 2019
Sa/So 11–17 Uhr
Eintritt frei

Evangelische Akademie
Frankfurt
Römerberg 9



Weitere Nachrichten unter boersenblatt.net

© Frankfurter Verlagsschau (u.) · Katja Zimmermann - privat (o.v.l.)

Frankfurter Buchmesse der anderen Art

Etwa 15 Verlage planen eigene Verlagsschau im Herbst

FRANKFURT ■ Unabhängige Verlage haben es nicht leicht, sagt die Verlegerin von weissbooks.w, Anya Schutzbach. Auch daher planen Frankfurter Häuser für den Herbst eine Buchmesse der anderen Art. Was es damit auf sich hat, erläutert Schutzbach im Gespräch mit Eva-Maria Lill.

Wir haben in Frankfurt doch schon eine Buchmesse...

Unsere „Buchmesse“ ist nicht das, was die Frankfurter normalerweise unter einer Buchmesse verstehen. Was wir organisieren, ist eine Verlagschau, bei der hier ansässige Verlage ihre Programme präsentieren und ihre Bücher auch zum Verkauf anbieten. Sie ist als reine Publikumsmesse geplant und rückt das Augenmerk auf die wunderbare Vielfalt dessen, was sie anzubieten haben.

Welche Verlage sind dabei?

Die Messe wird von etwa 15 Verlagen organisiert. Darunter der S. Fischer Verlag, Schöffling, Campus, Frankfurter Ver-

lagsanstalt, Axel Dielmann, Westend, Größenwahn, Dryas, der Hörbuchverlag steinbach sprechende bücher, die Büchergilde und weissbooks.w.

Wann geht's los und wie wird's finanziert?

Die Messe ist für Mitte September geplant und findet voraussichtlich in der Naxos-Halle statt. Gerade laufen die Gespräche. Auch die Finanzierung wird derzeit organisiert. Neben den Bemühungen um eine öffentliche Förderung laden wir auch Partner ein, gegen eine erhöhte Teilnahmegebühr Produkte „rund ums Buch“ aufzustellen – die dann gewissermaßen als Sponsoren fungieren.

Wie sieht die Situation unabhängiger Verlage in Frankfurt aktuell aus?

Die Situation ist hier die gleiche wie überall sonst in Deutschland, nämlich: schwierig. Aber nicht nur für uns, sondern für Publikumsverlage generell sind problematische Zeiten angebrochen. Das ist be-

dingt durch ein drastisch verändertes Leserprofil, Lesegewohnheiten und die Konkurrenz zu Netflix und Co.

Das heißt, die Situation hat sich in den vergangenen Jahren verschlechtert?

Insgesamt: ja. Natürlich stellt sich der Strukturwandel für jeden Verlag ökonomisch anders dar. Auf der anderen Seite ist aber auch vieles besser geworden: Es gibt etwa ein stärkeres Bewusstsein für Independent Labels insgesamt – und damit auch für unabhängige Verlage. Der Buchhandel hat erkannt, dass die Programme der „Indies“ für ihre Kunden extrem attraktiv sind. Auch die Verlage selbst sind professioneller geworden. Sie stehen da an keiner Stelle hinter den „großen Verlagen“ zurück, haben aber leider eine deutlich schwächere Vertriebskraft.

Dennoch ist es so, dass viele Titel nicht den Weg in die Öffentlichkeit finden. Haben Buchhändler als Vermittlungsinstanz versagt?



Chefin von weissbooks.w, Anya Schutzbach ■ Maren Weindel (p)

Das ist vielleicht nicht ganz abzustreiten. Doch die Buchhandlungen haben natürlich nur begrenzte Kapazitäten und können ja nicht alle Programme aller Verlage präsentieren. Dazu kommt, dass nur wenige es wagen, auch die Bücher kleinerer Verlage zu zeigen; sie setzen in der Regel lieber auf die „bequemen Pferde“, also große Namen von den Bestsellerlisten. Das ist auch bei der Presse oft nicht anders. Auch dort werden von nahezu allen immer die gleichen Bücher besprochen.

Was würden Sie sich von der Politik wünschen?

Dass die unabhängigen Verlage, die einen wesentlichen Beitrag zur kulturellen Vielfalt leisten, in gleichem Maße gefördert und unterstützt werden, wie alle anderen Kulturparten auch.

Viel Zuspruch für Verlagsschau

22 Unternehmen präsentieren ihre Bücher im April in der Evangelischen Akademie

VON CLAUS-JÜRGEN GÖPFERT

Mit der Zeit ist die Idee immer größer geworden. Und jetzt hat die neue Frankfurter Frühjahrsbuchmesse eine Dimension angenommen, mit der die Organisatoren gar nicht gerechnet hatten. Nicht weniger als 22 Verlage aus Frankfurt, aber auch aus Berlin und Zürich werden sich am 6. und 7. April in der Evangelischen Akademie, Römerberg 9, präsentieren.

Die „069 Frankfurter Verlagsschau“ ist, sehr zum Unterschied von den klassischen Buchmessen, von Anfang an eine Verkaufsschau. Und das kommt nicht von ungefähr. Denn gerade in einer Zeit, in der die Zahl von Käuferinnen und Käufern gedruckter Bücher zurückgeht, wollen die Frankfurter Verlage den direkten Kontakt zum Kunden stärken. „Es gibt immer mehr Schwierigkeiten, Bücher zu verkaufen“, sagt Axel Dielmann vom gleichnamigen Frankfurter Verlag, einer der Organisatoren.

Die Frankfurter Häuser wollen „zeigen, dass Frankfurt eine Verlagsstadt ist“. Auch wenn mit Weissbooks gerade wieder ein

Unternehmen angekündigt hat, dass es die Kommune verlassen wird. Bei der öffentlichen Präsentation als Bücherstadt, so urteilt der Verleger, hinke Frankfurt bisher hinterher.

Ein Kuratorium wählte rund zwanzig Frankfurter Verlage für die Teilnahme aus. Dabei ist S. Fischer als das größte Haus in der Stadt ebenso wie kleine Firmen, etwa Henrich Editionen oder der Größenwahn Verlag. Auch ein Offenbacher Unternehmen ist mit von der Partie: Der 1989 gegründete Gabal Verlag. Er widmet sich in erster Linie Medien, die zur beruflichen und persönlichen Weiterbildung dienen.

DIE VERLAGE

Sechzehn Unternehmen aus Frankfurt und Offenbach nehmen an der „069 Frankfurter Verlagsschau“ am 6. und 7. April in der Evangelischen Akademie, Römerberg 9, teil.

Es sind der Verlag Axel Dielmann, die Büchergilde Gutenberg, die Frankfurter Societäts-Medien, die Frankfurter Verlagsanstalt, der Gabal Verlag, der Größenwahn Verlag, Gutleut, Henrich

Editionen, Mainbook, Meter-Morphosen, der Moritz Verlag, S. Fischer Verlage, Schöffling & Co., Steinebach sprechende Bücher, Weissbooks und Westend.

Von außerhalb kommen Matthes & Seitz, Secession Verlag, Guggolz Verlag und Quier (alle Berlin) sowie Elster & Salis (Zürich) und 360 Grad (Schriesheim). jg

Schulterschluss unter uns Verlagen und Büchermenschen“ dienen, wie Mit-Organisator Dielmann im Gespräch mit der FR sagt. Die „Frankfurter Verlagsschau“ wollen die Organisatoren künftig in jedem Jahr auf die Beine stellen. Auch der Börsenverein des Deutschen Buchhandels und die Stadt Frankfurt unterstützen das neue Projekt.

Ironischerweise ist es aber nicht etwa das städtische Kulturdezernat, das die ganze Sache fördert. Von dort, so Axel Dielmann, sei das Vorhaben als privatwirtschaftliches Unternehmen eingestuft worden und deshalb nicht förderfähig. Nein, es ist Wirtschaftsdezernent Markus Frank (CDU), der die „Frankfurter Verlagsschau“ als Start-up begreift und deshalb finanziell unterstützt. Denn der Auftritt in der Evangelischen Akademie am Römerberg kostet die Verlage natürlich Miete.

Vom Börsenverein des Deutschen Buchhandels und seinem hessischen Landesverband gebe es, so Dielmann, vor allem logistische Unterstützung. Das gelte etwa für die notwendige Anlieferung von Büchern.



Viel zu lesen und zu kaufen: Frankfurter Verlage wollen im Frühjahr ihre Werke zur Schau stellen.

MICHAEL SCHICK

Die kleine, aber feine Buchmesse

Beim Publikum kommt die erste „069 - Frankfurter Verlagsschau“ in der Evangelischen Akademie gut an

VON FRIEDERIKE TINNAPPEL

Hell, freundlich, bunt und auf den Tischen viele, viele Bücher. Zwei Tage Zeit zum Stöbern, Schmökern, Innehalten, mitten in der Stadt, die Evangelische Akademie am Römerberg ein idealer Ort, die erste „069 - Frankfurter Verlagsschau“ ein Volltreffer. Schon am Sonntag war klar, dass es im nächsten Jahr eine Wiederholung geben wird.

Kleine Buchmessen wie die vom Wochenende gebe es inzwischen bundesweit in „30 bis 35 Städten“, sagt Axel Dielmann, einer der Organisatoren. Gerade die kleineren Verlage hätten erkannt, dass es „nur noch zusammen geht“. 17 Verlage aus Frankfurt mit der Vorwahl 069 und acht Gastverlage aus anderen Städten haben in der Akademie zusammengefunden.

Es gehe darum, Zeit zu gewinnen – Zeit fürs Lesen. Und da ist die Konkurrenz groß: Es sei ja so bequem, seine Zeit mit dem Fernseher oder dem Internet zu verbringen. Das Lesen aber setze eine gewisse Anstrengung, Teilnahme und Anteilnahme voraus.

Man könne über das Internet die Nase rümpfen oder es nutzen,



Schauen, stöbern, schmökern – und vielleicht auch kaufen: 25 Verlage zeigen ihre Bücher.

RENATE HOYER

meint dagegen Gerd Fischer vom Verlag „Mainbooks“ und fügt hinzu: „Wir entwickeln E-Book-Serien.“ Krimiautor Fischer hat seinen eigenen Verlag gegründet – aus Frust über andere Verlage. Das eigene Unternehmen habe „von Anfang an funktioniert“.

„Türöffner“ sei gewesen, dass seine Krimis in Frankfurt spielten. Kaum hatte er eine Homepage eingerichtet, wurden ihm Manuskripte und Entwürfe mit richtig „guten Sachen“ geschickt.

Inzwischen betreut Fischer, der sich auf hessische Autoren

konzentriert, rund 30 Schriftsteller. Katharina Eismann, selbst Autorin, bummelt entspannt von Stand zu Stand und freut sich über die lockere Atmosphäre. Nach dem Besuch der „großen“ Buchmesse fühle sie sich oft erschlagen. Hier geht es familiärer

zu, viele Verleger sind direkt vor Ort, etwa Siv Bublitz, eine von vier Geschäftsführerinnen des Fischer-Verlags. Anders als bei der großen Buchmesse, wo erst sonntags die Bücher verkauft werden, kann hier jeder ein Buch in die Hand nehmen, zahlen und gehen.

Der Verkauf sei aber „nicht das erste Ziel“, sagt Bublitz. Gesucht werde das Gespräch mit den Leserinnen und Lesern. Auch Silvio Mohr-Schaaff von der Büchergilde setzt auf den „Kontakt zum Leser“ und den „Schulterchluss der Verlage“. Er habe erlebt, dass junge Leute, „die digital aufgewachsen“ seien, sich „über ein Buch richtig freuen“ könnten.

Rainer Capptuller und Ehefrau Gerlinde gehören zur Generation „über 50, unter 60“. Sie verzehren gerade ein „leckeres Wrap“. Die beiden kommen aus Schöneck bei Nidderau und wollen an diesem Tag noch andere Dinge in Frankfurt erledigen. Er hat eine Faust-Ausgabe entdeckt, „die ich noch nicht kannte“. Sie hat sich vor allem bei den Gartenbüchern umgeschaut und sich für vier kleinere und ein größeres Werk entschieden. „Das Schöne ist, man kann hier etwas mitnehmen.“

Dein Anschluss unter dieser Nummer

„069 – Die Frankfurter Verlagsschau“: Frankfurts Verleger bereiten mitten in der Lesekrise eine Verkaufsmesse vor

Über die Krise wurde an diesem Abend erfreulich wenig geredet. Kein Wort über immer weniger Leser und vom Smartphone abgelenkte Buchkäufer, stattdessen 45 geschäftsmäßige Minuten zu dem, was Frankfurter Verlage im nächsten Frühjahr dagegen tun wollen. Nach einer konzentrierten Dreiviertelstunde war das Vorbereitungstreffen der lokalen Branche am Montagabend im Haus des Buches auch schon wieder vorbei. Und die Planung der Verkaufsausstellung, mit der sich die Verlage Anfang April nächsten Jahres ihren Lesern umsatzfördernd zeigen wollen, geht weiter.

„069 – Die Frankfurter Verlagsschau“ soll die kleine Messe heißen, auf der die Unternehmen ihre Bücher am Buchhandel vorbei direkt an die Kunden bringen wollen. „Wie auf einem Marktstand“, sagt Anya Schutzbach, verlegerische Geschäftsführerin von Weissbooks. Einem Stand für „Schönes, Neues, Altes oder Limitiertes.“ All das also, was man im deutschen Buchhandel als Kunde zwar jederzeit problemlos bestellen kann, im Laden aber oft kaum zu Gesicht bekommt. Was wiederum dazu führt, dass niemand es ordert.

Denn ob es sich um die Filiale einer großen Kette oder um den auf rätselhafter Weise überlebenden Buchhändler mit Stammpublikum handelt – angesichts einer Leserschaft, die auf der einen Seite immer wahlloser zu aktuellen Bestsellern greift und auf der anderen immer wählerischer wird, kommt kein Händler darauf, die kriselnde Branche und das eigene Geschäft ausgerechnet dadurch zu retten, dass er die Titel unabhängiger Kleinverlage nach vorne hievt.

Einige von ihnen dann doch, gewiss, denn Unternehmen wie Schöffling und die Frankfurter Verlagsanstalt, vom Umsatz und der Mitarbeiterzahl her durchaus überschaubar, zählen zu den angesehensten Literaturverlagen des deutschsprachigen Raumes. Aber nicht alle. Viel zu breit ist allein das Angebot der 56 Verlage, die der Börsenverein des Deutschen Buchhandels derzeit in Frankfurt verzeichnet. Zu bunt ist es, um einigermaßen komplett und lukrativ auf den Verkaufstischen zu landen, zum Teil auch zu speziell.

Der direkte Kontakt mit dem Kunden wird Verlegern jeglicher Umsatzgröße vor diesem Hintergrund immer wichtiger. Kleine Messen wie die in Frankfurt geplante haben sich daher in den vergangenen Jahren zu einem von ihnen gerne genutzten zusätzlichen Verkaufsinstrument entwickelt. Die „Buchlust“ in Hannover ist Mitte des Monats zum 25. Mal

eins, der Frankfurter Literaturreferentin Sonja Vandenrath und Sewastos Sampsonis, dem Leiter des Größenwahn Verlags. Hinzukommen sollen nach dem Willen des Vorstands noch ein bis zwei Buchhändler sowie ein Mitglied aus den Veranstalterteams der Messen in Stuttgart oder München.

Organisiert wird die Frankfurter Schau von Gisela Thomas, derzeit noch Leiterin der Veranstaltungsabteilung des S. Fischer Verlags, die sich Anfang des neuen Jahres selbständig macht. Sie hat zehn Jahre lang an der Hedderichstraße und zuvor fünf Jahre für die Lit.Cologne gearbeitet, kennt sich also mit den ganz großen Formaten aus, freut sich neben der weiterlaufenden Tätigkeit für ihren dann ehemaligen Arbeitgeber aber auch auf das Koordinieren von „069“.

Mit einiger Wahrscheinlichkeit wird das Kuratorium den Fischer-Verlag zur Messe einladen, er ist mit rund 70 Millionen Euro Jahresumsatz und jährlich etwa 800 Neuerscheinungen Frankfurts Branchenflaggschiff. Aber auch Schöffling und die Frankfurter Verlagsanstalt, deren Umsatz unter zwei Millionen Euro liegt, sind vermutlich gesetzt. Auch die zum Teil noch deutlich kleineren Verlage des Vorstands werden nicht ausgerechnet jetzt kneifen. Die restlichen Frankfurter Teilnehmer und ihre Gäste aus anderen Städten hingegen werden erst im neuen Jahr feststehen.

Zu sehen bekommen sollen die Besucher in der Akademie alles mögliche: Belletristik, Sachbuch, Regionales, Ratgeber und Kinderbuch. „Es ist keine rein literarische Veranstaltung“, sagt Henrich-Kalveram: „Es geht darum, Vielfalt abzubilden.“ Das ist der richtige Weg, schließlich sind Verlagsausstellungen so erfolgreich, weil ihre Besucher etwas zu sehen bekommen. Genau daran ist ihnen ausweislich des anhaltenden Erfolgs von Lesungen und Festivals gelegen.

Lesungen, ergänzt Schutzbach, gebe es in Frankfurt dankenswerterweise genug: „Unser Fokus ist anders – welche Verlage gibt es hier, und was machen sie eigentlich genau?“ Für diese Sicht in den Maschinenraum interessierten sich die Leser heutzutage weit mehr als früher. Neben der Präsentation der Verlagsprogramme an den Büchertischen der jeweiligen Unternehmen soll es daher an beiden Messetagen immer wieder kurze Gesprächsrunden geben, in denen die Verlage sich genauer vorstellen und über Themen diskutiert wird, die Branche und Leser bewegen. Das Interesse der potentiellen Aussteller jedenfalls sei da, sagt Mohr-Schaaff: „Von Fischer bis zu den kleinen Verlagen.“

zu Ende gegangen, die erst vor vier Jahren gegründet, mit rund 280 Ausstellern aber ungleich größere „Buch Berlin“ hat am vergangenen Wochenende etwa 6000 Besucher angezogen. Weitere Ausstellungen reihen sich pünktlich zum Weihnachtsgeschäft jeweils im Herbst aneinander, vom derzeit noch laufenden Doppel aus Stuttgarter Buchwoche und Karlsruher Bücherschau (300 Verlage) bis zum Wiener „Buchquartier“ im Dezember (100 Verlage, 4000 Besucher).

In Frankfurt haben einige Verleger nun beschlossen, die Dinge selbst in die Hand zu nehmen und eine eigene Messe zu organisieren. Seit mehr als zwei Jahren wurde darüber bei den Verlegergesprächen diskutiert, zu denen das Frankfurter Kulturdezernat die Branche der Stadt regelmäßig einlädt. Immer deutlicher hatten einzelne Teilnehmer das Gefühl, irgendjemand müsse die Dinge in die Hand nehmen. Anfang des Jahres wurden die Planungen konkreter (F.A.S. vom 11. Februar), zu diesem Zeitpunkt hieß es, die Schau könne möglicherweise noch in diesem Herbst stattfinden.

Da es zu diesem Zeitpunkt mehr Konkurrenz gibt als im Frühjahr, war es vielleicht ganz gut, dass der Organisationskreis zögerte, auch weil ihm die beste Art der Trägerschaft nicht klar war. Die Lösung war dann auch in diesem Falle das gute alte deutsche Mittel der Gründung eines Vereins. Seit Anfang November gibt es „Pro Libris“, zum Vorstand gehören neben Schutzbach Silvio Mohr-Schaaff, Vertriebsleiter der Edition Büchergilde, Cristina Henrich-Kalveram, Leiterin des Verlags Henrich Editionen, und Axel Dielmann, Chef des nach ihm benannten Verlages.

Angesetzt haben sie die Messe auf den 6. und 7. April, ein Wochenende etwa auf halber Strecke zwischen dem „Langen Tag der Bücher“ am 17. Februar, an dem Frankfurts Verlage sich im Haus am Dom traditionell mit Lesungen präsentieren, dem städtischen Festival „Fokus Lyrik“, das vom 7. bis zum 10. März stattfindet, und dem Lesefest „Frankfurt liest ein Buch“, das zwischen dem 6. und 19. Mai Martin Mosebachs Roman „Westend“ gewidmet ist.

Der Mietvertrag für das erste Aprilwochenende in der Evangelischen Akademie am Römerberg ist unterzeichnet, sie ist zentral gelegen, gut erreichbar und vielen Lesern durch die Festivals des Kulturamts als literarischer Veranstaltungsort bestens bekannt. Platz ist dort für dreißig Aussteller, begonnen wird mit zwanzig Frankfurter Verlagen, die zehn weitere aus dem gesamten deutschsprachigen Raum einladen sollen. „Wir wollen Frankfurt stark zeigen, aber uns auch öffnen und Branchensolidarität üben“, sagt Dielmann.

Ein Kuratorium wählt bis Ende des Jahres die Frankfurter Teilnehmer aus. Es besteht aus dem Vorstand des Ver-

Das Budget veranschlagt Schutzbach auf etwa 35 000 Euro: „Es soll kein flohmarktähnlicher Kraut-und-Rüben-Haufen werden.“ Unterstützung kommt vom für die Kreativwirtschaft zuständigen Wirtschaftsdezernat, weitere Förderanträge werden demnächst gestellt. Der Eintritt für das Publikum ist frei, Frankfurter Verlage, die eingeladen werden und mitmachen wollen, zahlen eine Standgebühr von 150 Euro, Verlage aus anderen Städten 100 Euro. Bis es so weit ist, kann man dem Trägerverein „Pro Libris“ beitreten. Die Mitgliedschaft für Einzelpersonen kostet 35 Euro, die für Verlage 70 Euro. **FLORIAN BALKE**

Weitere Informationen zur Messe gibt es beim Vorstand des Vereins „Pro Libris“ unter der E-Mail-Adresse info@prolibris-ffm.de.



Foto: Michael Fricke, Sibylla Engemann

Im Vereinsvorstand: Die Verleger Anya Schutzbach und Axel Dielmann



Auch Anya Schutzbach wird mit ihrem Weissbooks-Verlag bei der Verkaufsschau dabei sein.

MICHAEL SCHICK

Messe für Frankfurter Verlage

Unternehmen wollen sich im Frühjahr in der Evangelischen Akademie präsentieren

VON CLAUD-JÜRGEN GÖPFERT

Es ist eine Premiere, auf die alle Organisatoren nicht wenig stolz sind. In einer Zeit, in der immer weniger Menschen Bücher kaufen und das Leseverhalten sich ändert, gehen die Frankfurter Verlage in die Offensive. Rund 30 Verlagsunternehmen wollen sich am 7. und 8. April 2019 im Rahmen einer eigenen Buchmesse in der Evangelischen Akademie in Frankfurt präsentieren.

„Wir möchten in Erinnerung rufen, dass Frankfurt eine Verlagsstadt ist – das ist in der breiten Öffentlichkeit viel zu wenig bekannt“, sagt Anya Schutzbach, die Verlegerin des Weissbooks-Verlages.

Und die Firmen wollen natürlich auch Bücher verkaufen – deshalb ist die kleine Frankfurter Buchmesse von Anfang an als Verkaufsschau geplant.

Anders als bei der großen internationalen Buchmesse im Herbst. Dort ärgern sich nicht wenige Besucherinnen und Besucher stets darüber, dass sie Bücher und andere Medien erst am letzten Tag, dem Sonntag, erwerben können.

Das Projekt einer Buchmesse nur für Frankfurter Verlage besitzt einen langen Vorlauf. „Es schwelte über Jahre“, so Schutzbach. Lange hat es auch gebraucht, bis tatsächlich fast alle Unternehmen in der Stadt dem Konzept zugestimmt haben. „Wir setzen bewusst nicht nur auf kleine und kleinste Marktteilnehmer, sondern wir sind stolz darauf, dass auch der S. Fischer-Verlag mit von der Partie ist“, so Schutzbach.

Was aber tut die Stadt Frankfurt für ihre Verlage? Die Organisatoren hoffen auf Unterstützung der Kommune. „Wir stehen mit

dem Kulturrat der Stadt im Gespräch, aber auch mit dem Wirtschaftsdezernat.“ Es brauche diese finanzielle Hilfe auch, um die neue Messe angemessen bewerben zu können.

Schutzbach sieht das Vorhaben nicht als Konkurrenz zum „Langen Tag der Bücher“, der einmal im Jahr im Gebäude der Städtischen Bühnen am Willy-Brandt-Platz organisiert wird. „Bei uns wird es keine Lesungen geben“, sagt die Chefin des vor zehn Jahren gegründeten Weissbooks-Verlages.

Stattdessen wollten sich die 30 Verlage im Laufe der zwei Tage nacheinander auf dem Podium im großen Saal der Evangelischen Akademie dem Publikum vorstellen. „Wir wollen sagen, wer wir sind und welche Bücher wir anbieten.“

Knapp 60 Verlagsunternehmen sind in Frankfurt derzeit be-

kannt, vom großen S. Fischer-Verlag über mittlere Unternehmen wie Schöffling bis hin zu kleinen wie Michason & May. Die wirtschaftliche Situation bei nicht wenigen Firmen ist angespannt. Kurz vor der 70. internationalen Frankfurter Buchmesse im Oktober hatte der renommierte Stroemfeld-Verlag von Verleger KD Wolff Insolvenz anmelden müssen.

Als Signal für die schwierige Lage in der Branche wurde auch gewertet, dass der 130 Jahre alte S. Fischer-Verlag seine Buchmessen-Party abgesagt hatte.

Bis zur Eröffnung der Buchmesse am 9. Oktober war der Umsatz im Buchhandel in diesem Jahr um 1,1 Prozent gegenüber 2017 gesunken. Die Verlage hoffen jetzt auf ein sehr gutes Weihnachtsgeschäft, das die negative Tendenz für dieses Jahr am Ende doch noch umkehrt.

Eine Messe für die heimischen Buchverlage

Der neu gegründete Verlag Pro Libris will sich um die Verlagsstadt Frankfurt kümmern. Er startet seine Aktivitäten mit einer Büchermesse im April.

„069 – Die Frankfurter Verlagschau“: So soll die Messe heißen, zu der sich am 6. und 7. April 2019 insgesamt 20 Verlage aus Frankfurt in der Evangelischen Akademie am Römerberg zusammenfinden. Dazu kommen zehn weitere Verlage aus anderen Städten. Dass Frankfurt eine Buchstadt sei, sei tief im öffentlichen Bewusstsein verankert, sagte Anya Schutzbach, die den Weissbooks-Verlag führt. Dass Frankfurt auch eine Stadt der Verlage sei, schon weniger. Neben ihr sitzen im Vorstand des Vereins Pro Libris Axel Dielmann (Dielmann-Verlag), Christina Henrich-Calveram (Henrich Editionen) sowie Silvio Mohr-Schaaff (Büchergilde). An die 40 Verlage gibt es in Frankfurt, schätzen die Veranstalter. Das Spektrum reiche vom großen Konzern-Verlag wie S. Fischer bis zu zahlreichen kleinen Fachverlagen. Sie alle sollen sich in den nächsten Wochen bewerben können. Wer es in die-

sem Jahr nicht in die Auswahl schafft, kommt in einem der nächsten Jahre zum Zug.

Ziel der regionalen Buchmesse ist es, das heimische Publikum mit jener Verlagsarbeit bekanntzumachen, die sozusagen vor der eigenen Haustür geschieht – und natürlich mit all den Büchern, die daraus entstehen. „Welche Verlage gibt es hier – und was machen die eigentlich?“ Darüber zu informieren soll das lange Bücher-Wochenende dienen, das mit einer Auftaktveranstaltung am Freitag zuvor eröffnet wird. Der Preis für die Teilnahme an einer solchen Messe ist im Vergleich zur großen Oktoberbuchmesse äußerst gering: Gerade einmal 150 Euro betragen die Standgebühren. Das Publikum hat freien Eintritt.

Neben dem persönlichen Gespräch mit Verlagsmenschen und dem Verkauf der Bücher, die man so vielleicht nicht in jeder Buchhandlung auf Anhieb entdecken würde, soll auch die öffentliche Diskussion buchrelevanter Themen nicht zu kurz kommen – beispielsweise zur Rolle der Buchpreisbindung oder zum Thema E-Book. *wol*

Fünfundzwanzig neue Wege zu Geist und Geld

FAZ
8.4.19

„069 – Die Frankfurter Verlagsschau“: Erstmals verkaufen Frankfurter Verleger gemeinsam Bücher

Leser sind Gewohnheitstiere. Da stellt neben den kleinen Frankfurter Verlagen auch der große Verwandte S. Fischer aus, wie alle anderen an einem etwa zwei Meter langen Tisch aus Gastgeberbeständen, und was verkauft sich am besten? „Das Tagebuch der Anne Frank“. Ein Klassiker des Hauses seit vielen Jahrzehnten, dicht gefolgt von Daniel Specks aktuellem deutsch-italienischem Wohlfühl-Roman „Piccola Sicilia“. Manchmal sorgt derselbe Leser allerdings auch für Überraschungen. Bei Matthes & Seitz zwei Etagen weiter oben ist als erstes „Bonn – Atlantis der BRD“ ausverkauft, ein kleiner Band zur ehemaligen Hauptstadt aus der Reihe „Punctum“, gerade erst erschienen, also gleichsam heiße Ware.

Auf der Verlagsschau „069“ sind Longseller von der Backlist am Wochenende ebenso zu finden gewesen wie die Neuerscheinungen des Frühjahrs. Besonders erfolgreich waren bis zum späten Sonntagnachmittag gegenüber von Matthes & Seitz der Hannah-Arendt-Band „Die Freiheit, frei zu sein“ und Ralf Rothmanns „Milch und Kohle“, zwei schön aufgemachte Titel der Büchergilde Gutenberg. Die Besucher des Frankfurter Verlags schenken dem Nonbook aber ebenfalls Aufmerksamkeit: Gut ging auch das kleine Spiel „Der Geschichtenerfinder“. Und wie steht es nebenan bei den Kollegen von Metermorphosen, die nächsten Monat zwanzig Jahre alt werden? Der Bestseller hier: „Die Wände haben Ohren“, ein Memory-Spiel des Frankfurter Illustrators Philip Waechter.

Die mehr als unvollständige Liste der Messebestseller zeigt, wie bunt die Schau gewesen ist. Zwei Tage, der Sonntag trotz des guten Wetters erwartungsgemäß dop-



Aufgereiht: Verlagsstände im Großen Saal der Evangelischen Akademie Foto Cornelia Sick

pelt so gut besucht wie der von den Frankfurtern lieber bei anderweitigem Shopping verbrachte Samstag, insgesamt 25 Verlage, 16 von ihnen aus der Mainmetropole, ein weiterer, derselben Vorwahl wegen, aus Offenbach, acht von noch weiter weg. Das ist dann auch gleich etwas, an dem für das nächste Jahr gefeilt werden muss. Helga Schuster, bei Matthes & Seitz aus Berlin für den Vertrieb zuständig, berichtet nach zwei Tagen Standdienst, nach einem Punkt hätten die Besucher sich immer wieder erkundigt: „Ich wurde ganz oft gefragt, seit wann wir in Frankfurt sind.“ Das heißt zwar durchaus, dass der Gedanke einer Schau Frankfurter Verlage bei jedem Besucher mit wünschens-

wertener Deutlichkeit angekommen ist. Es bedeutet gleichzeitig aber auch, dass die von Anfang an verfolgte Idee der Organisatoren, die Aussteller aus der Heimat solche von anderswo hinzubitten zu lassen, dem Publikum noch verständlicher nahegebracht werden muss.

Weitere Verbesserungsvorschläge hat die designierte Fischer-Chefin Siv Bublitz schon am Samstagnachmittag parat. Während ihres eigenen Standdienstes plädiert sie für mehr Veranstaltungen, vor allem für Familien mit Kindern, die auf diese Weise Beschäftigung haben, während ihre Eltern Zeit für Bücher finden. Auch ein jüngeres, dem Buch eher fernstehendes Publikum müsse durch passende Ver-

anstaltungen gewonnen werden. Eine stärkere Präsenz der Schau unten auf dem Platz zwischen der Evangelischen Akademie, dem Haus Wertheim und dem Historischen Museum, über den die Besucher gerade am Sonntag nur so strömen, sei ebenfalls nötig. Christian Ruzicska vom Secessions-Verlag aus Zürich, der zufällig hinstößt, nennt von sich aus dieselben Punkte. Beide haben dabei einen deutlicheren Hingucker im Auge als den auf die Schau hinweisenden Aufsteller, der dem Ordnungsamt mühsam abgerungen werden musste. Wirtschaftsdezernent Markus Frank (CDU), der die Messe gefördert hat und sich am Samstagmittag viel Zeit für Gespräche nimmt, will auch hier helfen und scheint die Schau im nächsten Jahr abermals unterstützen zu wollen.

Gekommen sind nach Angaben der Veranstalter mehr als 1000 Besucher. „Mehr, als ich für das erste Mal erwartet habe“, sagt Anya Schutzbach. Die Weissbooks-Verlegerin hat die Messe zusammen mit dem Vorstand des eigens gegründeten Vereins „Pro Libris Frankfurt“ organisiert. Sogar Buchhändler hätten vorbeigeschaut, trotz der Konkurrenz, als die sie die kleine Verkaufsmesse hätten empfinden können. Einige von ihnen hätten auch Bestellungen aufgegeben, was Schutzbach besonders freut. Schließlich zeigen sich kleine und unabhängige Verlage auf solchen Messen vor allem deswegen so besonders gerne, weil sie es sonst oft schwer haben, ihre Titel im Handel zu platzieren. Schutzbach ist zufrieden: „Wir hatten sehr viele gute Gespräche.“ Und: „Wir haben sehr gut verkauft.“ Das ging nicht jedem, aber vielen so. Auch Schuster hat die Schau gefallen: „Ich hoffe, es wird sie wieder geben.“ Sieht ganz so aus. FLORIAN BALKE