

Der Mut der Kreativen

Der Markt ist gesättigt? Die Riesen haben den Kuchen aufgeteilt? Kleine Verlage wie „Punktum“ haben dennoch Chancen

Münchener Merkur · 15 Jul 2015 · 16 · VON MELANIE BRANDL

Der Buchmarkt ist hart umkämpft: Etablierte Verlage wie „Weltbild“ gehen pleite, einige wenige Großkonzerne fahren knapp zwei Drittel des Umsatzes ein, und der umstrittene Online-Gigant Amazon macht dem Einzelhandel das Leben schwer. Zudem scheinen eine Handvoll Bestsellerautoren die Verkaufstische in Buchhandlungen permanent zu belegen, während unbekanntere Schriftsteller oft nach einer einzigen Veröffentlichung sang- und klanglos wieder in der Versenkung verschwinden.



Um in einer solchen Situation einen weiteren Literaturverlag zu gründen, braucht es neben Startkapital vor allem eins: Mut. „Den haben wir“, behauptet Patricia Paweletz, Autorin, Schauspielerin und Mutter dreier Kinder, selbstbewusst. Gemeinsam mit ihrer Partnerin Gabi Schnauder, bisher bei einer Werbeagentur beschäftigt, wagte sie im März den Sprung ins kalte Wasser und eröffnete in Hamburg ihren Verlag „Punktum Bücher!“ – aus Liebe zur Literatur und dem Wunsch nach Freiheit. „Wir waren beide an einem Punkt im Leben, an dem wir uns gefragt haben: Was wollen wir noch erreichen? Uns wurde klar: Wir lieben Bücher. Und wir möchten selbst veröffentlichen, und zwar das, was wir wollen, in einem Rahmen, der uns gefällt“, erzählt Paweletz.

So gründeten sie ihren eigenen Verlag: „Die Idee ist, unbekanntem, vor allem auch jungen Autoren eine Plattform zu bieten. Authentizität ist uns wichtig, der Autor soll wissen, wovon er spricht. Ansonsten entscheiden wir sehr intuitiv, ohne uns allzu eng auf eine Sparte festzulegen.“ Die Bandbreite ihres Angebots ist schon jetzt groß: Die ersten Werke beinhalten neben Unterhaltung („Die Männer meiner Freundinnen“ von Paweletz selbst) den Jugendroman einer 16-Jährigen, einen Lyrikband und das Tagebuch einer Krebspatientin. So unterschiedlich der Inhalt, so einheitlich ist die optische Gestaltung, mit der sich „Punktum Bücher!“ vom Gros der Konkurrenz abheben will: hochwertig produzierte, einfarbige, festgebundene Cover mit speziellen Symbolen. „Wir sind überzeugt, dass es gerade in der modernen Medienwelt ein Bedürfnis nach Sinnlichem gibt, nach Covern, die sich gut anfühlen und die schön ausschauen. Wir wollen ganz bewusst keine Wegwerfliteratur schaffen, sondern Objekte, die man gern um sich hat. Trotzdem soll das Ganze preislich im handelsüblichen Limit sein.“

Denn bei allem Idealismus muss sich der Verlag rechnen und wirtschaftlich auf dem Markt behaupten. Das ist, wie Statistiken belegen, wahrlich kein Zuckerschlecken: Gerade mal ein Prozent der deutschen Verlage – 22 von insgesamt knapp 2200 Unternehmen – sichern sich laut Statistischem Bundesamt rund 70 Prozent des Gesamtumsatzes. Die anderen 99 Prozent müssen sich irgendwie über Wasser halten. Die Produktion ist trotzdem riesig: Insgesamt erscheinen jährlich über 90 000 Bücher in Deutschland.

Hat so ein kleiner Verlag, der mit gerade mal fünf Titeln gestartet ist, überhaupt eine Chance, sich zu etablieren? „Wir sind gerade dabei, das herauszufinden“, lacht die 45-jährige Paweletz. Sie wirkt überraschend optimistisch, jedoch keinesfalls naiv. „Es ist ein bisschen wie David gegen Goliath. Aber wir wollen nicht kämpfen, sondern uns einen eigenen Platz sichern.“

Die Nische dafür gibt es, davon ist sie überzeugt. Das sei wie mit dem Buchhandel selbst: „Eine Weile dachten viele, Ketten wie Hugendubel oder Online-Dienste wie Amazon würden kleine Buchläden verdrängen. Doch die Entwicklung ist erfreulicherweise eine andere. Die Branche verzeichnet einen deutlichen Zuwachs an kleinen, liebevoll gestalteten Buchhandlungen, die Vertrauen wecken, beraten können, Veranstaltungen wie Lesungen bieten. Und genau da passen unsere Bücher perfekt hinein.“

Natürlich träumen viele Schriftsteller davon, sich auf Anhieb bei einem der wenigen Verlagsgiganten zu etablieren. Allerdings ist man dann erst einmal einer unter vielen – anders als in einem Kleinverlag, gibt Paweletz zu bedenken. Die intensivere Betreuung sei aber nur ein Vorteil: „Zwar bieten wir unseren Autoren keinen finanziellen Vorschuss, sondern nur eine Beteiligung am Verkauf – reich wird man bei uns also erst einmal nicht. Aber unserer Strukturen sind überschaubar, wir sind flexibel, Entscheidungsprozesse durchlaufen nicht zahllose Instanzen. Und wir schießen – im Gegensatz zu vielen großen Verlagen – kein Buch gleich wieder in den Wind, weil es nicht binnen kürzester Zeit hohe Verkaufszahlen aufweist. Unsere Idee ist es, Autoren aufzubauen, zu begleiten, ihre Entwicklung zu fördern.“

Dabei geht auch „Punktum Bücher!“ bei aller Wertschätzung des klassischen Buches mit der Zeit und versteift sich weder ausschließlich auf Hardcover noch auf kleine Buchläden: Künftig soll es alle Publikationen auch als E-Book geben, eine Zusammenarbeit mit dem OnlineVersand Amazon ist geplant. Widerspricht das nicht dem Konzept? „Nein“, findet Paweletz. „Moderne Medien sind nicht automatisch der Tod des Buches und sollten daher keinesfalls verdammt, sondern integriert werden.“

Ersetzen aber würden elektronische Medien das klassische Buch nie. „Ich glaube, es ist ein menschliches Grundbedürfnis, Geschichten zu erzählen, zu lesen oder zu hören“, ist Paweletz überzeugt. Das sei natürlich auch übers Internet möglich. „Allerdings denke ich, dass sich jeder Mensch irgendwann wirklich spüren will. Jeder fragt sich doch: Was sind meine Träume? Was meine Ängste? Was macht mich glücklich?“ Diese Fragen beantworte aber weder Facebook noch irgendein Computerspiel. „Dazu muss man sich mit sich selbst auseinandersetzen oder aber eine Art Spiegel vorgehalten bekommen. Und der ideale Spiegel ist nach wie vor das Buch“, glaubt die Verlegerin.

Aber garantiert das Erfolg? „Mal sehen. Natürlich sind Erfolge – gerade in dieser Branche – schwer zu kalkulieren. Vielleicht steht uns irgendwann das Wasser bis zum Hals und wir müssen andere Wege gehen. Doch im Moment sind wir noch mehr als enthusiastisch und deshalb bereit, dieses Risiko für unsere Leidenschaft einzugehen.“