

Zeitschrift: Medienwissenschaft Schweiz = Science des mass média Suisse
Herausgeber: Schweizerische Gesellschaft für Kommunikations- und Medienwissenschaft
Band: - (1994)
Heft: 1

Artikel: Kleinverlage : Nischenpolitik mit Erfolgen?
Autor: Zimmerli, Jürg
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-790838>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 30.01.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Kleinverlage: Nischenpolitik mit Erfolgen?

Der Verfasser skizziert die Probleme der schweizerischen Verlage aus der Perspektive des «Insiders», ist er doch Verleger beim Unionsverlag | Limmat Verlag. Dass dabei nicht nur von Problemen die Rede ist, äussert sich im Untertitel seines Beitrags: «Die Kleinen könnten die Grossen sein».

1. Kleinverlag - Was heisst das überhaupt?

Der Verleger und Schriftsteller Beat Brechbühl schrieb vor einigen Jahren unter dem Titel «Der kleinVERLEGER»: «Ein Kleinverleger ist ein Mensch, der zu zweit allein (mit dem Autor) von einem Produkt überzeugt ist. Diese Überzeugung sollen andere Menschen, die davon gar nichts wissen wollen, teilen müssen. Bereits hier läuft der geborene Kaufmann Amok. Der Kleinverleger macht jedoch weiter, notfalls mit einem andern Autor.» Der Amok geht weiter und Brechbühl rhetorisch zur Motivation des sogenannten Kleinverlegers: «Ist es die Faszination, von Autoren zuerst als Retter und im entgegengesetzten Fall als Tubel und Ausbeuter betrachtet zu werden? Ist es die Illusion, der Menschheit Gefallen zu tun? Ist es der Geruch des Papiers, sind es die Formen der Buchstaben? Ist es die Auseinandersetzung mit Geschriebenem, gar mit unserer Zeit?»

Der *Begriff des Kleinverlegers* ist nur innerhalb gewisser Grössenordnungen zu sehen: die Bücher der grossen Autoren erschienen und erscheinen im allgemeinen – es gibt gelegentlich auch Ausnahmen – nicht bei den grossen Medienkonzernen und literarisch wichtige Bewegungen sind fast immer von kleinen Firmen getragen und entwickelt worden. Solche Verlage suchen und pflegen die Talente, auch wenn sich alleine davon vielleicht nicht leben lässt. Die Autorin und der Autor vertrauen sich nicht einem Verwaltungsrat an, sondern einem Menschen, von dem sie sich verstanden fühlen. Der Verleger ist nicht anonym, sondern synonym mit seiner Tätigkeit. «Die Beziehung zum Autor muss von Verlegers Seite eine Liebesbeziehung sein, die nichts fordert, die schon im Voraus verziehen hat: die kleinen Unzuverlässigkeiten, und auch die immer mögliche grosse Untreue» schrieb Kurt Wolff, der Verleger von Kafka, Kraus, Heinrich Mann, Trakl, Robert Walser und vielen anderen expressionistischen Autoren.

Nicht von den Verpackern, Papier- und Texthändlern sei hier die Rede, sondern von diesen enthusiastischen Büchermachern, von diesem individuellen Verleger-Typus, der wirklich Bücher evoziert, die es ohne ihn nicht gäbe, der auch jenes Verlangen kennt, *die* Bücher zu machen, die der Zeit voraus sind und die gerade erwachendes Verlangen stillen. «Vorverlegen» hat der alte Piper diese Kunst genannt. Die grosse Verlegerin und der grosse Verleger kommt aus dieser Kategorie.

2. Kleinverlage in der Krise?

Auf dem 25. Lektorenseminar der Schulen des Deutschen Buchhandels im Februar dieses Jahres soll gemäss Branchenpresse gelehrt worden sein – von einem Verleger notabene –, dass kleine Verlage *Nischen* finden müssten, um im härter werdenden Wettbewerb mitzuhalten. Als Beispiel wurde das Geschäft mit Dritte-Welt-Büchern oder Regionalliteratur genannt. Der Verleger oder Lektor müsse eben ein bisschen Näschen haben. Abgesehen von der Frage die zu diskutieren wäre, ob die beiden genannten Beispiele heute noch Nischen sind, stört mich an der Aussage generell das Bild, dass der Verleger (oder Lektor) sein Näschen bei Bedarf in den Wind stellen soll, die Nischen findet und nachher in Ruhe seine Programme gestaltet, produziert und vertreibt.

Ich denke mir Funktion und Handeln des anfangs skizzierten individuellen Verlegers ganz anders – und zitiere nochmals Kurt Wolff aus einem Brief an Karl Kraus – «... als Seismograph, der bemüht sein soll, Erdbeben sachlich zu registrieren. Ich will Äusserungen der Zeit, die ich vernehme, soweit sie mir irgendwie wertvoll erscheinen, überhaupt gehört zu werden, notieren und für die Öffentlichkeit zur Diskussion stellen. (Seismograph nicht Seismologe sein.)» Der engagierte Verleger verlegt in dieser Funktion immer das und nur das, was ihn wirklich bewegt und das deshalb fast niemand so gut kann wie er. Er spürt besser als der Manager der Société Anonyme, was an Neuem, Wichtigem und Spannendem passiert, er ist so offen für das Heutige wie für das Gestrige und er ist politisch, denn er mischt sich ein und grenzt sich nicht aus. Er funktioniert nicht nach der Maxime «Umsatz um jeden Preis», sondern pflegt seine Qualität und sein Programm. Seine Stärken sind nicht der schnelle Wechsel und das Austauschen von Werten, aber die Kontinuität und Konstanz vor allem mit und gegenüber seiner Autorenschaft. Er gibt dem Programm, dem Gesicht, dem Stil eines Verlages ein festumrissenes Profil – und er ist damit ein Nischen- und Spezialitätenverleger für eine lesende Minderheit der Gesellschaft. Voraussetzungen für das Gedeihen sind zuallererst, dass er seine Unabhängigkeit vollumfänglich bewahren kann und keinem Geldgeber oder Mäzen verpflichtet ist, und dass er eine Verlags-Strategie, das heisst die richtige Programmierung und auch das Durchsetzen des Programms, gefunden und entwickelt hat.

Von Friedrich Schiller ist der Seufzer überliefert: «Die Zerstreuung eines Buches durch die Welt ist fast ein ebenso schwierigeres und wichtiges Werk als die Verfertigung desselben.» Wie es um den heutigen Verkauf von

Büchern respektive um die *ökonomische Lage* der kleinen und mittleren Schweizer- aber auch der deutschen Verlage bestellt ist, können wir leider fast jede Woche der Presse entnehmen. Und es soll sogar noch schlimmer kommen, geistert doch in der Branche der markige Ausspruch herum, dass ein Viertel der Verleger und Buchhändler schon pleite sei, sie würden es nur noch nicht wissen!

3. Gibt es Chancen und Erfolgsrezepte?

Was sind die möglichen Erfolgsrezepte für einen kleinen Verlag? Ich glaube, dass ein Verlag so konzipiert sein muss, dass Leidenschaft und Vernunft in ein halbwegs ausgeglichenes Verhältnis zueinander kommen können. Ein Verlag, der von seinen Büchern leben will, muss sich zudem immer wieder auch als Unternehmung verstehen, die mit Kapital etwas unternimmt, der aber die literarische Urteilskraft als Grundlage für verlegerische und unternehmerische Entscheidungen dient. Es scheint aber, dass auch Verlage sich nur in bestimmten Zusammenhängen, «wie sie von Zeitumständen oder Strömungen in der Literatur bestimmt werden» (Kurt Wolff), entfalten können. Auch Einsicht, Voraussicht und Weitblick sind nötig und eine Begabung, die nach Klaus Wagenbach meistens nicht erwartet wird, nämlich «das, was auf Blättern geschrieben da ist, auf einem ganzen Konvolut von Blättern, in eine plastische Gestalt zu übersetzen, in die Buchgestalt.» Dazu braucht es neben dem inhaltlichen, auch ein technisches Interesse: wie «schön» muss oder darf ein Buch sein und wie lasse ich dieses Buch möglichst adäquat und billig herstellen?

In der Analyse der heutigen schwierigen Situation der kleinen und mittleren Verlage stechen zwei Punkte besonders hervor:

1. Den Verlagen fehlt es vor allem an Kapital – wo die Marge gering bleibt, macht sich das Kapital an andere Orte. Um die nächste Halbjahresproduktion vorzufinanzieren, müssen Autoren, Übersetzer, Herausgeber, Drucker und Verlagsmitarbeiter bezahlt werden noch bevor der Erlös aus dem Verkauf des ersten Buches den Weg zum Verlag gefunden hat. Der Verlag arbeitet notgedrungen mit Krediten, und weil er nichts bieten kann – nochmals Klaus Wagenbach: «Papier kann man nur so lange beleihen, bis es bedruckt wird» – hat er eine drückende Zinslast zu tragen.

2. Viele Schwierigkeiten sind «hausgemacht»: es gibt viele Dilettanten in der Branche für die die Verlegerei «ein süchtig machendes Abenteuer» ist, die kein Wissen haben wie Bücher gemacht, vertrieben und verkauft werden und die auch nicht von den Erfahrungen der anderen zehren können oder wollen. Viele Verlage sind deshalb vollauf beschärft und absorbiert mit der Entstehung der Bücher und haben schlicht keine Kraft und keine Zeit mehr, sich um Vertrieb, Werbung und Pressearbeit zu kümmern. Kommt erschwerend dazu, dass es zu diesen Bereichen in der Schweiz keine Aus- oder Weiterbildungsmöglichkeiten gibt, weder von Verbands- noch von privater Seite.

Die Spekulationen der Presse über die *Zukunft des Verlagswesens* reichen von «Die Riesen wachsen, die Kleinen machen dicht», oder «Den Kleinen geht die Luft aus», bis zu «Die einzige Möglichkeit, in diesem grundsätzlich engen Kostenraster zu bestehen, ist der Kleinverlag: denn nur hier können die Fixkosten wirklich niedrig gehalten werden.» Die Wahrheit wird irgendwo dazwischen liegen und ich warte weiter gespannt auf eine öffentliche kulturpolitische Diskussion zu den Themen Verlagsförderung, Stellenwert des Segmentes Verlag innerhalb der Buchkultur, der Beitrag der Buchverlage zum literarischen, gesellschaftlichen und politischen Diskurs – aber leider fehlt dem Buch in der Schweiz offensichtlich eine *politische Lobby*. Ich höre deshalb mit noch grösserem Neid von Vertretern aus der Filmbranche, was eine eidgenössisch koordinierte Kulturpolitik dort bewirkt.

Aber auch die Anrufung des Staates kann nicht die alleinige Lösung sein und dass die Bücher *dem Mechanismus von Angebot und Nachfrage ausgesetzt* sind, ist vielleicht ein Grundübel. Ich halte es aber durchaus nicht für einen fatalen Fehler, dass auch kleine und mittlere belletristische Verlage betriebswirtschaftlich gesund sind. Lassen Sie mich deshalb in sieben Punkten noch ein bisschen aus der Schule respektive aus der eigenen Firma plaudern und über *Überlebenstechniken* nachdenken.

Erstens: Wir (und auch andere heute noch bestehende Verlage) haben anfangs der siebziger Jahre – durchaus als Folge des Jahres 1968 – begonnen, Bücher zu machen: ohne Kapital und ohne mittel- oder sogar langfristige Perspektive. Wir wollten «andere» Bücher machen und wir stellten uns die Zusammenarbeit in einer Gruppe, in einem Betrieb anders vor, als wir dies in unseren kurzen Berufsleben erlebt hatten – Stichwort «Selbstverwaltung».

Die Protokolle unserer Sitzungen sehen heute anders aus als damals, aber wir haben einige Formen beibehalten:

- Öffentlichkeit aller Vorgänge für alle im Verlag
- Wochensitzungen zu allen Themen und Problemen
- Ungefähr gleiche Gehälter
- Gemeinsames Essen, Ausflüge, unregelmässige Apéros und Feste
- Gleiches Grundhonorar für alle Autorinnen und Autoren
- Mitsprache- und -schreiberecht für Autorinnen und Autoren bei den Werbetexten zu ihren Büchern.

Zweitens: Wir haben von allem Anfang an versucht, den Verlagen ein klares Profil zu geben und sind dabei davon ausgegangen, dass wir nicht gegen unsere Ansichten, gegen unsere Neigungen, Interessen und Fähigkeiten Bücher machen, nur weil wir möglicherweise für solche Bücher einen grossen Markt vermuten. Wir können uns ein «Verseichten» eines Teils des Programms zur Finanzierung eines anderen nicht vorstellen. Dafür haben wir für den Limmat Verlag einen Freundes- und Gönnerverein aufgebaut, der uns bei ökonomisch ganz schwierigen Projekten – zum Beispiel bei der soeben erschienenen Bi-

bliographie «Deutschsprachige Schriftstellerinnen in der Schweiz, 1700-1945» – finanziell hilft.

Drittens: Wir haben uns nie an Spekulationen beteiligt und wir haben der Versuchung widerstanden, zu schnell zu wachsen. Wir haben die kleinen Gewinne, die wir manche Jahre erwirtschaftet haben, meistens zur Abschreibung des Bücherlagers verwendet und uns gehütet, den «Apparat» aufzublasen und uns hohe Infrastrukturkosten aufzuladen. Dafür konnten wir kontinuierlich Arbeitsplätze schaffen.

Viertens: Am 7. Februar 1991 kündigten der Limmat Verlag und der Unionsverlag mit einer Pressekonferenz ihren juristischen Zusammenschluss auf den 31.12.1991 an. Ich zitiere aus der Presseerklärung: «In den Zeiten der wachsenden Buchkonzerne, des grassierenden Aufkaufs und Ausverkaufs im Verlagswesen, ist dies ein *freiwilliger Schulterschluss* von zwei Verlagen, die auch künftig konzernfrei, ökonomisch unabhängig und mit Lust am Experiment vielfältige Bücher herausgeben wollen. Der Unionsverlag wie der Limmat Verlag werden dabei künftig ihre Programmschwerpunkte unter dem bisherigen Namen und in bisheriger Form weiter pflegen und ausbauen.» Die Berner Zeitung titelte ihren Artikel am 8. Februar mit: «1 Zwerg aus 2 Zwergen». Und die Neue Zürcher Zeitung kommentierte am gleichen Tag: «Mit dieser Fusion wird noch kein Grossverlag geboren, aber doch einer, der dem wachsenden Druck der mächtigen Buchkonzerne besser standzuhalten vermag.»

Fünftens: Eine sich lohnende Überlebenstechnik ist ganz bestimmt eine *sorgfältige Druckauflagenbestimmung*. Wenn wir die Faustregel auch auf unser Programm anwenden, dass ein Drittel der produzierten Titel «Flops» sind – das heisst, die Deckungsaufgabe nicht erreichen –, ein Drittel «Plus-Minus-Null» Titel sind und ein Drittel der Titel dem Verlag Gewinn einbringen, und uns vorstellen, welche Bücherwüsten wir produzieren, wenn wir bei den zwei Drittel der «Nicht-Gewinn-bringenden» Titeln die Auflagen konsequent zu hoch festlegen, so leuchtet ein, dass es sich lohnt, für diese Entscheide Zeit zu

reservieren. Wir haben dabei den grossen Vorteil, dass durch die offene Struktur, bei der Zahlen, Jahresabschlüsse, Budgets allen zugänglich sind, eine wirklich kompetente Diskussion unter allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern stattfinden kann. Das gleiche gilt auch für die gleichzeitig stattfindende Diskussion über die Ladenpreise.

Sechstens: Wir verfolgen seit einigen Jahren die Strategie, mit der *PC-Technik* zu leben und sie dort im Betrieb mittels einer Verlagssoftware konsequent einzusetzen, wo die Qualität der Arbeit gesteigert werden kann und der Verlag zu Zahlen und Informationen gelangt, von denen wir früher nur geträumt haben. Von unseren Autorinnen, Übersetzern und Herausgeberinnen erhalten wir inzwischen an die achtzig Prozent der Texte auf Datenträgern, die wir je nach Textart, typographischem Anspruch und internen Kapazitäten auf der Mac- oder DOS-Schiene zu Postscript-Files umarbeiten und also nur noch auswärts zum Belichten geben.

Wir können uns gut vorstellen, geeignete Werke in naher Zukunft in Buch- und CD-Form zu produzieren und zu vertreiben. Wir möchten dieses Feld nicht einfach den Computer- und Softwarekonzernen überlassen.

Siebtens und zum Schluss möchte ich meinen Compagnon Lucien Leitess aus der Vorschau auf das Frühjahresprogramm 1993 zitieren: «Wenn wir existieren, dann durch eine schmerzliche Erfahrung. Es braucht nicht nur die grossen L's: Lust, Liebe, Leidenschaft und Lotterie. Es braucht auch die Kleinen K's: Konzentration des Programms, Kontrolle der Kosten, Keinen Mäzen, Kühlen Kopf, Kalkulation.»

Für Anregungen danke ich Isolde Schaad, Kurt Wolff, Klaus Wagenbach, Niklaus Meienberg, Gerd Haffmans, Umberto Eco und Otto F. Walter.

Jürg Zimmerli ist Verleger beim Unionsverlag | Limmat Verlag, Rieterstr. 18, 8059 Zürich