

Auch Bildbände sind nicht immer gewinnbringend

Ein Gespräch mit Rob Kieffer von den Éditions Binsfeld

Schon 1990 antwortete Guy Binsfeld auf eine forum-Umfrage, sein Verlag habe sich zumindest vorübergehend aus dem literarischen Bereich zurückgezogen. Das gilt auch noch 1997, wenn man davon absieht, daß die Éditions Binsfeld immerhin noch den Rénert in der Ausgabe von Romain Hilgert oder eine Auswahl von Texten von Putty Stein herausgebracht haben. Rob Kieffer, mit dem wir uns unterhielten, präzisiert, daß es keineswegs ausgeschlossen ist, daß das Haus auch mal wieder einen Roman veröffentlicht. Für 1999 ist die Herausgabe von ausgewählten 'Kalennerblieder' von Batty Weber mit einer Einleitung von Cornel Meder und zeitgenössischen Illustrationen geplant.

Man will auch nicht dem *phi*-Verlag, der sich in diesem Bereich spezialisiert hat, Konkurrenz machen. Eine gewisse Spezialisierung der Luxemburger Verlage wird damit anerkannt. Wie umschreibt Rob Kieffer das Verlagsprogramm von Binsfeld? «Das Sachbuch mit der Reiseliteratur (Reiseführer, Wanderführer), Kochbücher und der Bildband sind zweifelsohne zur Zeit unsere Schwerpunkte.»

Darüber hinaus soll nicht vergessen werden, daß der Verlag auch Broschüren, Faltblätter usw. bis hin zu Videofilmen produziert. Für 1999 steht ein Auftragsfilm aus Anlaß der 150 Jahre Abgeordnetenversammlung auf dem Programm. Diese Aktivitäten ermöglichen es auch, den Verlag im finanziellen Gleichgewicht zu halten, wie bei Van Maele die Serigraphie. «Bücher, die man aufs eigene Risiko herausgibt, auf einem Markt von nur 400 000 Einwohnern, sind nicht lukrativ. Daher haben wir unsere Verlagstätigkeiten diversifiziert und produzieren viel im Bereich Betriebspresse und Auftragsbücher, für private Unternehmen oder für öffentliche Verwaltungen.» Als Beispiel sei der Prachtband über die

Abgeordnetenversammlung genannt (vgl. *forum* Nr. 163/Nov. 1995).

Firmen, die beim Binsfeld-Verlag größere Mengen Bücher als Geschenke für ihre Kunden kaufen, sind wichtige Handelspartner des Verlags. So kann der kleine freie Markt durch eine

«Bücher, die man auf's eigene Risiko herausgibt, auf einem Markt von nur 400 000 Einwohnern, sind nicht lukrativ.»

gezielte Sponsorensuche, die allerdings sehr zeitaufwendig ist, ergänzt werden.

Obschon das Sachbuch den Buchhändlern zufolge rund 80% des Verkaufs ausmacht, will Rob Kieffer diese Bücher nicht als gewinnbringend gelten lassen. Man kann nicht Dutzende solcher Bücher herausbringen, da der Markt sie nicht aufnehmen würde.

Andererseits ist die Produktion eines guten Sachbuchs sehr teuer, weil der Verlag auf Qualität hält, z. B. bei der Bebilderung: Grafiker, Fotografen, Übersetzer sind hoch bezahlte Spezialisten. Was macht das Buch denn teuer? Die kleine Auflage allein kann's doch nicht sein, denn auch deutsche Verlage legen etwa wissenschaftliche Buchreihen oft mit nur 400-600 Stück auf. Rob Kieffer wundert sich: «Ein Buch, das wir auf eigenes Risiko herausgeben, muß eine Auflage von mindestens 2000-2500 Stück haben, um rentabel zu sein. Teuer wird das Buch durch die Ikonographie (Honorar der Fotografen und Fotograur). Wir arbeiten nur mit den besten und bezahlen sie daher auch so, daß sie motiviert sind, das Beste zu liefern. Auch die Übersetzung - 'Luxemburg kulinarisch' ist z. B. auf deutsch, französisch und englisch erschienen - macht das Buch teuer, weil sich ja das Korrekturlesen dann auch verdreifacht und wir nicht die einzelnen Ausgaben zu unterschiedlichen Preisen anbieten können.»



Die alte Abtei Bonneweg - Sitz der Editions Binsfeld

Trotzdem muß man sich wundern, daß Bücher, die in Belgien für Luxemburg hergestellt werden, billiger sind: Das Buch *'Itinéraire européen'* über Johann den Blinden, mit einer Auflage von 3000 Stück, in Belgien produziert, z. B., konnte für 1600 Franken verkauft werden. Rob Kieffer weist auf die fixen Kosten eines Verlags hin, die eine Forschergruppe wie das CLUDEM nicht hat: die Löhne der Verlagsangestellten (z. Z. ein halbes Dutzend bei Binsfeld), die Hausmiete usw. Daher wohl die große Anzahl von Büchern, die in Luxemburg im Eigenverlag, also nicht in kommerziellen Verlagen erscheinen. Als jüngstes Beispiel ist das Buch über den großherzoglichen Palast zu nennen, das im Auftrag des Bautenministeriums von einer Druckerei produziert wurde, die bislang nicht als Verlag aufgetreten ist. Rob Kieffer ist nicht glücklich über diese Lage. *«Es gibt immer mehr offizielle Instanzen, Ministerien, Gemeindeverwaltungen, die diesen Weg beschreiten. Der Gemeinde Echternach hatten wir z. B. vor über einem Jahr unsere Mitarbeit angeboten im Hinblick auf die Feierlichkeiten von 1998 zum 1300. Jubiläum der Gründung der Abtei. Wir erhielten nicht einmal eine Antwort. Nun wurde dieser Tage doch ein Buch vorgestellt, das die Gemeinde in Eigenregie herausbrachte, sicher nicht mit den professionellen Mitteln, die wir ihr zur Verfügung gestellt hätten.»* Ist das aber nicht die Schuld der Verlage, die durch die Aufnahme eines

Buches in ihr Programm das Buch verteuern würden? *«Vom Verlag ist aber auch eine andere Qualität zu erwarten. Der Verlag kann sich auch professioneller für den Vertrieb des Buches einsetzen als ein Privatmann oder eine Verwaltung. Er hat Kontakte zu Sponsoren, zu den Buchhandlungen, zur Presse, ...»* Für lokale Festschriften oder Gedenkbücher z. B. dürften diese Vorteile allerdings nur bedingt zutreffen. Rob Kieffer bleibt dabei: Das Buch über die Abgeordnetenkammer z. B. lag seit Jahren halbfertig auf den Schreibtischen der Verwaltung, erst als der Verlag sich seiner annahm, kam es schnell zum guten Abschluß.

Wie steht es mit dem Verkauf Luxemburger Bücher im Ausland? Luxemburger Verlage scheinen hier nur geringe Anstrengungen zu unternehmen, obschon ein nicht-kommerzieller Verlag wie das CLUDEM zeigt, daß gut gemachte und inhaltlich fundierte Studien zur Luxemburger Geschichte auch im Ausland Absatz finden können. Der Sankt-Paulus-Verlag brachte es nicht einmal fertig, eine Freiburger Doktorarbeit über die deutsche Besatzungspolitik während des Zweiten Weltkriegs in Luxemburg in nennenswerten Zahlen auf dem deutschen Markt abzusetzen. Fehlt es da nicht an gezielter Verlagsarbeit?

Der Binsfeld-Verlag hält dem entgegen, daß er insbesondere in den letzten zwei Jahren große Anstrengungen unternom-

men hat, um im Ausland Bücher über Luxemburg zu verkaufen. *«Der Verlag ist seit Jahren auf der Frankfurter Buchmesse präsent und hat seit anderthalb Jahren ein Netz von Vertretern in Deutschland aufgebaut. In Frankfurt ist der Luxemburger Stand natürlich ein Tropfen im Ozean; davon darf man sich nicht zuviel erwarten. Wir kooperieren auch mit ausländischen Verlagen: im Katalog des saarländischen Gollenstein-Verlags wird auf zwei Seiten für eine Auswahl unserer Bücher geworben. In Belgien arbeiten wir mit dem Grenz-Echo-Verlag in Sankt-Vith zusammen, der unsere Bücher vertreibt, zum Teil sogar mit Erfolg wie im Fall des Buches über 'The Battle of the Bulge'. In Metz bestand auch eine Zusammenarbeit mit den Éditions Serpenoises, die unsere Wanderführer mit vertrieben. Doch diese Initiativen haben eher Prestigecharakter als daß sie umsatzmäßig in die Waagschale fielen. Im Ausland sind nämlich z. T. auch viel höhere Spannen an die Buchhändler zu zahlen; die Transportkosten sind höher; ... Die Zahlen fallen einfach nicht ins Gewicht.»* Mehr verspricht man sich von der geplanten Homepage im Internet. Geplant sind auch Bücher zu einem grenzüberschreitenden Thema, etwa über den Bergbau in Luxemburg und Lothringen. Dabei soll mit kleinen, regionalen Verlagen im nahen Ausland kooperiert werden. Große internationale Verlage sind eine Nummer zu groß für Koeditionen.

Rob Kieffer bedauert, daß es keine Marktstudien über die Bedürfnisse und Erwartungen der verschiedenen Arten von Buchkunden in Luxemburg gibt. Kein Luxemburger Verlag kann sich das leisten. Diese Aufgabe müßte der Staat übernehmen. Nicht einmal bezahlte Verlagswerbung ist üblich. Den einzigen Vorteil des Luxemburger Verlagswesens sieht Kieffer in der Nähe zur Presse, die in der Regel jede Neuerscheinung kostenlos ihren Lesern ankündigt (von signifikanten Ausnahmen abgesehen ...).

Der Absatz ist in Kieffers Augen zufriedenstellend. Die Zahl der Titel des Binsfeld-Verlags hat zwar abgenommen im Vergleich zu den Anfangsjahren - damals gab es aber oft Verlustgeschäfte. *«Zur Zeit kommen wir immerhin bei jedem Buch auf unsere Kosten. Wir können uns aber keinen Flop erlauben.»* Ist es also nicht möglich, mit gut abgesetz-

ten Sachbüchern, schwieriger verkaufbare Titel etwa im literarischen Bereich zu produzieren? Francis Van Maele macht schließlich fast nur solche Bücher! Rob Kieffer entzieht sich der Verantwortung, indem er auf die kleine Zahl der Autoren hinweist, die er ja auch nicht dem *Phi*-Verlag abwerben will. «*Natürlich wären wir nicht abgeneigt, einen Manderscheid oder Rewenig herauszugeben ...*» Also höchstens einen Bestsellerautor, kein junges Nachwuchstalente, das ein Risiko bedeuten würde? Die Antwort ist ehrlich: «*Ich glaube nicht ...*»

Rob Kieffer stellt mit Bedauern fest, daß es kaum neue Autoren gibt, kaum neue Fotografen, ... Abgesehen von Doktoranden, die einen Verlag für ihre Dissertation suchen, wird kaum jemand mit einem Buchprojekt beim Verlag vorstellig. Die Projekte des Binsfeld-Verlags werden also alle im Haus selbst geboren; dann werden Mitarbeiter gesucht. Das gilt auch für das *Lëtzeburger Almanach*, das von 1985 bis 1989 erschienen war, und trotz hoher Verkaufszahlen (um die 5000) aus Kos-

tengründen aufgegeben werden mußte. Für 1999 ist aber ein Jahrhundert-Almanach in Arbeit.

Der Staat soll endlich aufhören, Bücher in Eigenproduktion herauszugeben.

Was den Vertrieb anbelangt, schließt Binsfeld für bestimmte Bücher einen Exklusivvertrag mit den Messageries du Livre. In andern Fällen, wo die MPK nicht mitmachen wollen, weil sie nicht an den Erfolg des Buches glauben, etwa beim *Rénert* oder bei *Luxemburg kulinarisch*, vertreibt der Verlag das Buch selbst. Der Verkauf wird durch großzügige Subskriptionsangebote vorfinanziert. Die Buchhändler bestellen leider oft nur kleine Mengen. Ein kleiner Händler von der Sauer hatte z. B. kein Subskriptionsexemplar von *Luxemburg kulinarisch* bestellt (trotz Preisnachlaß von 1000 F) und hat nunmehr schon 60 Exemplare verkauft. Auf diese Weise sind ihm 60 000 Franken entgangen.

Das Kochbuch scheint sich in der Tat zum Luxemburger Bestseller von 1997 zu entwickeln.

Staatliche Hilfe gibt es nur im literarischen Bereich. Im Sachbuchbereich ist nicht einmal eine Hilfe für Übersetzungen vorgesehen. Höchstens kauft das Tourismus-Ministerium mal einen Stapel Wanderführer. Der *Fonds culturel national* unterstützt nur Projekte, die sich nicht selbst tragen können. Rob Kieffer sagt dem zu schaffenden *Conseil national du Livre* seine Zusammenarbeit zu, erwartet aber vom Staat, daß er auch mal größere Mengen Bücher aufkauft, z. B. des *Rénert* für die Schulen, und vor allem daß er endlich aufhört, Bücher in Eigenproduktion herauszugeben, daß er auch Schulbücher von kommerziellen Verlagen herstellen läßt. Davon hätte auch das Luxemburger Druckereigewerbe etwas. «*Der Staat hat ja auch keine Dienststelle aufgebaut, um 'Schnittercher' herzustellen, obschon er deren jede Woche braucht. Warum produziert er denn selbst Bücher?*»

m.p.

ein forum für das gute buch

Das neue Jahr im Bücherregal

- Literarische Novitäten, von uns erlesen
- Monatlich neue preisgekrönte Kinderbücher
- Für gute Vorsätze: psychologische Ratgeber
- Attraktive Geschenkbücher: Kunst, Fotografie, Architektur
- Reiseführer zum Träumen und Planen

außerdem:

- Individuelle **Beratung**, auch für Schulbibliotheken
- Schnellstmögliche **Bestellung**, selbst von Fachliteratur
- Präsenz **ausgefallener** Bücher und Verlage im Sortiment
- individuell angepaßte Möglichkeit der **Belieferung**
- **Sonderkonditionen** für StammkundInnen
- regelmäßige **Information** der KundInnen

Librairie
um
Kräutmaart

15, rue du Marché-aux-Herbes L-1728 Luxembourg
Tel. 22 00 44, Fax 22 00 42, Mon 12-18, Die-Sam 9-18