

NEBELSPALTER

Der 70-jährige «Jungverleger»: «Ich kann es offenbar nicht lassen»

Das grosse Geld winkt kaum, wenn man im Jahr 2021 einen neuen Buchverlag gründet. Manfred Hiefner ist aber Überzeugungstäter. Seit 30 Jahren ist er verlegerisch tätig. Mit der «Edition Königstuhl» will es der bald 70-Jährige noch einmal wissen.

von Stefan Millius am 4.1.2022, 14:30 Uhr



Manfred Hiefner. (Bild: zVg)

Weder Zürich noch Bern, sondern St.Gallenkappel in der Region See-Gaster im Kanton St.Gallen ist der Sitz der «Edition Königstuhl». Hier fand er statt, der «Rücktritt vom Rücktritt», wie es Manfred Hiefner nennt. Der Deutsche, ursprünglich Rechtsanwalt, ist seit den 80er-Jahren Teil der Schweizer Verlagslandschaft. Er war in verschiedenen Funktionen für Orell Füssli tätig und begleitete dort diverse Übernahmen anderer Verlage. Nach 20 Jahren wechselte Hiefner zum Stämpfli Verlag, der auf Recht spezialisiert ist. Die vorläufig letzte Stufe – bereits nach der Pensionierung – war die Betreuung der Verlage Offizin und Münster als Gesellschafter und Verleger. Der Verkauf des Münster Verlags Mitte 2020 sollte eigentlich der definitive Schlussstrich sein. Stattdessen rief Manfred Hiefner die «Edition Königstuhl» ins Leben. Was er trocken kommentiert mit: «Ich kann es offensichtlich nicht lassen.»

Manfred Hiefner, die berühmte Frage, die man – auch wenn der Vergleich inhaltlich natürlich nicht passt – auch bei der Lancierung einer neuen WC-Papier-Sorte stellen kann: Braucht die Schweiz wirklich noch einen Verlag mehr?

Die Schweiz vermutlich nicht, aber Autoren und Autorinnen werden diese Frage mit Sicherheit bejahen, fragen Sie einmal Erstautoren, welche tour de force diese auf sich nehmen, um einen Verlag für ihre Publikation zu finden. Und die Leserschaft dürfte diese Frage ebenfalls bejahen, sofern ihr von einem neuen Verlag nicht nur 0815-Titel angeboten werden.

Aber selbst wenn sich die Autoren freuen: Warum tut man sich als Einzelner diese schwierige Mission an? Was treibt Sie dabei an?

Es gibt nicht **die** antreibende Motivation, es ist ein Bündel aus ganz unterschiedlichen Aspekten. Da ist einmal seit Kindesbeinen die Passion fürs Lesen, dann ist da sicher ein Bedürfnis, das Leben als etwas zu sehen, an dem man durch aktives Gestalten wachsen kann, was mir in den zurückliegenden Jahren mit ganz unterschiedlichen Herausforderungen verlegerischer, insbesondere aber auch managementmässiger Natur sehr vergönnt war. Und dann sind da die vielfältigen Beziehungen zu meinen Autoren; die gemeinsame Anstrengung für ihre Projekte gehört zweifellos zu den schönsten Aspekten der verlegerischen Tätigkeit, wie auch die Kommunikation mit Gestaltern, Lektoren etc. Im Verlagsgeschäft manifestiert sich wie selbstverständlich Strindbergs Postulat, dass die ganze Kultur eine grosse, endlose Zusammenarbeit darstellt – und das ist es wohl, was mich letztlich motiviert.

Sie haben umfassende Verlagserfahrung und entsprechend viel Erfahrung. Was werden Sie mit dem eigenen Verlag konsequent anders machen als andere, weil sie gelernt haben: Das ist es nicht?

In meinem siebzigsten Lebensjahr kann ich es mir als Verleger jetzt glücklicherweise leisten, nur die Bücher zu machen, die mir auch selber gefallen und bei denen ich eine gleiche Wellenlänge bei den Autoren und Autorinnen spüre. Wenn sie als Verleger diese Überzeugung haben, dass Titel und Autorenschaft «passen», dann geht damit ganz automatisch die Motivation einher, ein solches Buch vertriebs- und pressemässig gut auf dem Markt zu implementieren. Ich setze da auch ganz bewusst auf die Bereitschaft der Autoren und Autorinnen, ihre Titel durch Lesungen, Events, ihre eigenen Social Media-Kanäle etc. ergänzend zum Verlag zu fördern. – Handkehrum, wenn ich den Eindruck habe, dass diese Bereitschaft des Autors nicht vorhanden ist, dann muss das Buch schon sehr gut sein, dass ich es in unsere Edition aufnehme.

Publizieren möchten Sie «ausgewählte Titel, die nicht zum Mainstream der gegenwärtigen Buchproduktion zählen.» Das klingt ein bisschen wie das Versprechen jedes Verlags, der nicht gerade voll auf leichte Kost setzt. Gibt es das wirklich noch nicht in der Verlagslandschaft – oder zu wenige davon?

Natürlich werden wir das Rad nicht neu erfinden. Insofern ist der von Ihnen zitierte Satz in erster Linie ein Abgrenzungsmerkmal zur «leichten Kost». Was uns aber sicher auszeichnet ist unsere Bereitschaft, qualitätvolle Manuskripte von Erstautoren oder solchen, die bis anhin aus unserer Sicht nicht ausreichend auf dem Markt wahrgenommen wurden, in unser Programm aufzunehmen. Wir haben dies zum Beispiel mit den Titeln von Adrian Dudle «Die Stille des Sieges» oder Heidi Affolter-Eijsten mit ihrem Justiz-Thriller «Angst und

Ohnmacht» getan, und beide haben sich bei der Presse einer ausgezeichneten Aufnahme erfreut.

Sie wollen auf unkonventionelle, thematisch nicht im Trend liegende oder experimentelle Titel setzen. Das klingt sympathisch, aber irgendjemand muss es ja auch lesen wollen. Werden Sie Mini-Nischen bedienen? Und wie rechnet sich das?

Mini-Nischen rechnen sich nur, wenn diese Titel mit Förderbeiträgen versehen werden. Insoweit unterstützen wir unsere Autoren bei der Suche nach Zuschüssen von Kulturinstitutionen, Sponsoren oder ähnlichen. Davon abgesehen habe ich auch in der Vergangenheit Titel, die mir am Herzen lagen, aus den Erträgen der eingeführten Titel regelmässig querfinanziert, was ich auch weiterhin zu tun gedenke. Nicht zuletzt haben sie auch bei gesprochenen Förderbeträgen, die nur in seltensten Fällen das wirtschaftliche Risiko komplett abdecken, immer ein Restrisiko, was sie als Verleger zu tragen bereit sein müssen. Nicht umsonst heisst es, «Verlegen» kommt von «Vorlegen».

Sie gehen bereits mit einer Auswahl an Werken an den Start. Unter den Autoren sind Konrad Hummler, René Lüchinger und Regula Stämpfli. Die gehören samt und sonders in ihrem Bereich zu den klangvollen Namen. Aber inwiefern sind sie so andersartig, wie Sie es sich auf die Fahne geschrieben haben? Neuentdeckungen sind das ja keine.

Kein Verlag wird ohne Autoren mit einem gewissen Standing auf dem Buchmarkt bestehen können. Ein Verlag braucht in einer bestimmten Regelmässigkeit erfolgreiche Titel, und bekannte Autoren garantieren dies bis zu einem gewissen Grade. Nur von Erstautoren oder Mini-Nischen kann das Wirtschaftsunternehmen Verlag nicht existieren. Ohne dieselben lassen sich auch keine Spezialitäten oder Erstautoren querfinanzieren. Dass wir es aber mit unserem Credo ernst meinen, ersehen Sie zum Beispiel an der Autobiographie von Andreas Steiner «Menschsein. Ein Versuch», welche auf zwei Bände mit insgesamt 2000 Seiten angelegt ist und die in dieser Dekaden umspannenden Geschichte eines Arztlebens im afrikanischen Busch und den südamerikanischen Anden einen einmalig tiefen Einblick und Nachvollzug eines ganzen Lebens gestattet. Auch der Gedichtband von Mariana Fedorova «Sei Liebe mir. Minnesang» ist alles andere als buchmässiger Mainstream.

Zehn Bücher pro Jahr sind geplant. Damit gehört Ihr Verlag vermutlich unter den kleinen Verlagen zu den kleineren. Wie viele «Hits» müssen darunter sein, damit die Rechnung aufgeht? Einer, zwei?

Ich denke, mit zehn Titeln liegen wir im guten Mittelbereich der unabhängigen Kleinverlage. Mit der Beschränkung auf zehn einher geht die Möglichkeit, sich diesen Titeln in grösserem Masse vertriebs- und PR-mässig zu widmen als bei einer grösseren Titelzahl. Das spiegelt sich letztendlich wiederum in den Verkaufszahlen jedes einzelnen dieser zehn Titel. Und wenn dann im jeweiligen Frühjahrs- oder Herbst-Programm ein «Hit» darunter ist, dann wird die Rechnung mit Sicherheit aufgehen.

Welches wird der Moment sein, in dem Sie sich sagen: Das Wagnis hat sich gelohnt? Was muss dafür passieren?

Das Wagnis hat sich bereits jetzt, nach dem ersten ausgelieferten Herbstprogramm gelohnt. Wir werden von unseren wichtigsten Partnern, den Buchhändlerinnen und Buchhändlern, wahrgenommen und demzufolge eingekauft, und wir werden trotz der angefallenen Aufbaurkosten der neuen Edition das Jahr mit einer schwarzen Null abschliessen.