



Auf Messen haben unabhängige Verlage die Chance, ihre Leser direkt zu erreichen. Um sich zu etablieren, ist eine gute Messeplanung und langer Atem gefragt. Auch lokale Kooperationen mit dem Buchhandel spielen zunehmend eine Rolle.

Wachsender Messemarkt für unabhängige Verlage

Kontakte zu Lesern aufbauen: Buchmessen für unabhängige Verlage sind primär Publikumsmessen. Auf der Buch Berlin (Foto) im Dezember 2017 war neben einem breiten Veranstaltungsangebot auch eine Fachtagung für Verlage und Autoren im Programm.

Sind Buchmessen im Zeitalter digitaler Verlagsvorschauen und Online-Bestelloptionen noch zeitgemäß? Das wachsende Angebot an Messen für unabhängige Verlage scheint dafür zu sprechen. Aufgrund des begrenzten Budgets haben die Indie-Verlage wenig Spielräume, um in Werbung und Marketing zu investieren oder Titel ohne entsprechende Backlist auf dem Buchmarkt präsent zu halten. Auf die Frage, was unabhängige Verlage brauchen, um sichtbar zu sein, findet Verlegerin und Buch-Berlin-Organisatorin Steffi Bieber-Geske klare Worte: „Wir brauchen Buch-

händler, die offen sind für Neues und sich auch auf Unbekanntes einlassen. Wir brauchen Medien, die für dieses Thema offen sind und danach fragen, was eigentlich die Kleinen so machen. Und wir brauchen Messen, die sich kleine Verlage leisten können.“

Buchmessen speziell für die Unabhängigen sind nach wie vor wichtige Foren, um sich zu präsentieren. Hier können die Verleger direkt mit Lesern ins Gespräch kommen und persönliche Kontakte herstellen. Auch ältere Titel werden auf diesem Weg an das Lesepublikum gebracht, ein Stammpublikum aufgebaut. Das Netz-

werken ist ebenfalls ein Pluspunkt der Messen, meint Bieber-Geske, die die größte Buchmesse für unabhängige Verlage in Deutschland mit den fünf ehrenamtlichen Mitarbeitern des Vereins Bücherzauber stemmt. Und da Messen für unabhängige Verlage dennoch größtmäßig überschaubar sind, könne das Networking hier auch noch funktionieren. Viele Projekte zwischen Verlagen und Autoren sowie Kooperationen mit anderen Verlagen entstehen auf diesem Weg, auch neue Vertriebswege lassen sich so erschließen und Kontakte zu Druckereien aufbauen.

Ein weiteres Argument: Messen, die für unabhängige Verlage konzipiert sind, bleiben im Gegensatz zu den großen Messen für sie auch finanzierbar. Die Kosten für eine Standgebühr liegen je nach Messe und Standgröße zwischen 30 und 400 Euro.

Wachsender Messemarkt

Zu den lange etablierten Messen wie der Buchlust in Hannover, die seit 1994 besteht und auf der Messe jährlich den vom Publikum verliehenen Buchlust-Preis für einen unabhängigen Verlag auslobt, sind in den vergangenen Jahren weitere Messen hinzugekommen, die sich an ihren Standorten zu etablieren versuchen. Der Buch Berlin scheint es nach wechselhaften Erfahrungen in der Vergangenheit inzwischen gelungen: Mittlerweile nehmen jährlich rund 250 Aussteller teil, 10% davon sind Selfpublisher. Hinzugekommen ist seit dem vergangenen Jahr eine eigene Messe für Kinderbuchverlage mit Workshops und Lesungen, die viele Grundschul- und Schulklassen angezogen habe, so Bieber-Geske. Insgesamt 4500 Besucher wurden an den Messetagen gezählt.

Auch BuchQuartier-Organisator und Verleger Clemens Ettenauer (Holzbaum Verlag) zeigt sich zufrieden über die Besucherfrequenz und Resonanz der fünften Messe in Wien im Dezember 2017. Auf der Ausstellungsfläche im Wiener Museumsviertel haben sich 101 Verlage präsentiert. Die Mehrzahl der Buchmessen für unabhängige Verlage, so auch die Mainzer „Wortkunst“-Messe oder die „Buchmacher“ in Lübeck, bieten kleinere Präsentationsflächen für 20 bis 30 Verlage. Clemens Ettenauer sieht Messen in ihrer Funktion als „Begegnungsorte und Gegenpol zur Informationsvielfalt im Internet“ und ist überzeugt, dass sich der Messemarkt

gerade in den kleineren Formaten künftig „noch weiter ausbauen wird“.

So wichtig die Messen für unabhängige Verlage sind, um ihre Reichweite zu erhöhen, mit einem finanziellen Gewinn seitens der Veranstalter wird kaum gerechnet. Zumal die meisten Messen kostenlos sind oder nur geringe Eintrittsgelder verlangen. Auch mit Sponsoren und Fördergeldern kommen viele Veranstalter gerade bei Null heraus. Die Frage, ob sich der Aufwand lohnt, stelle man sich natürlich regelmäßig, meint Buch-Berlin-Organisatorin Bieber-Geske: „Das ist tatsächlich etwas, was man mit Herzblut macht und nicht, damit man etwas dabei verdient.“

Umso mehr müsse man darauf achten, dem Faktor Sichtbarkeit Rechnung zu tragen. Neben realistischen Standmieten für die Verlage sind dabei Ort und Zeitpunkt der Veranstaltung wichtige Voraussetzung:

- Gut läuft es für die meisten Veranstalter am Samstag und Sonntag, ein Freitagstermin bewähre sich dagegen nicht, heißt es aus Mainz und Lübeck.

- Der Ausstellungsraum muss etwas Atmosphärisches bieten, Lust zum Verweilen machen, gut beleuchtet, erreichbar und vor allem finanzierbar sein.

- Im Messeprogramm setzt die Mehrzahl der Organisatoren auf Vielfalt im Genre und eine Mischung aus überregionalen Verlagen, die Input von außen bringen, und regionalen Verlagen, die lokales Publikum mitziehen können. Messen, die nur auf Regionalliteratur und -verlage setzen, sind aber eher die Ausnahme: Allzu nischige Themen kommen beim Publikum nicht an.

Viele Voraussetzungen also mit ungewissem Ausgang. Damit sich eine Messe wirklich etabliert, ist Engagement und langer Atem nötig. „Der Markt wird sich schnell auch wieder bereinigen“, glaubt daher Anika Stender-Sornik, Veranstaltungsmanagerin des Lübecker Kuratoriums St. Petri, die in der Kulturkirche seit 2015 die „Buchmacher“-Messe organisiert. „Es gibt Messen, die nur einmal stattfinden und andere, die sich etablieren.“

Maren Jungclaus vom Literaturbüro NRW, die im Herbst 2017 die Text & talk in Düsseldorf mitorganisiert hat, kann ein Lied davon singen. Die Messe sei „einfach nicht durchgedrungen. Der Verkauf war grotten-schlecht in dieser reichen Stadt. Wir haben so viel Geld für Werbung ausgegeben, sind

Messen für unabhängige Verlage

Buchmesse im Ried (März)

Das Kulturamt Stockstadt richtet seit 22 Jahren die Messe in der Altrheinhalle aus. Eintritt für Besucher kostenlos.

Nächster Termin: Sa, 10.3., und So, 11.3.2018.

Die Buchmacher Lübeck (April)

Seit 2015 jährlich vom Kuratorium der Kulturkirche St. Petri organisiert. Eintritt für Besucher kostenlos.

Nächster Termin: Sa, 21.4., und So, 22.4.2018

Kleine Verlage am großen Wannsee, Berlin (Juni)

Seit 2015 lädt das Literarische Kolloquium Berlin (LCB) rund 30 Verlage an den Wannsee ein. Eintritt für Besucher 8 Euro/5 Euro.

Nächster Termin: Sa, 2.6.2018

Wortkunst Mainz

Die Messe wird vom Lektorat Petra Seitzmayer und vom Weidle Verlag organisiert. Eintritt für Besucher kostenlos.

Buchlust Hannover

Wird jährlich seit 1994 vom Literaturhaus Hannover organisiert, ein Höhepunkt ist die Verleihung des Buchlust-Preises. Eintritt für Besucher 4 Euro für beide Tage.

Buch Berlin

Die drittgrößte Buchmesse in Deutschland und größte deutschsprachige Messe für unabhängige Verlage. Organisator ist der Verein Bücherzauber e.V. Eintritt für Besucher 5 Euro.

BuchQuartier Wien

Findet jährlich im Dezember statt und wird von Clemens Ettenauer (Holzbaum Verlag) organisiert. Der Eintritt für Besucher ist kostenlos.

Auswahl



Bücher-Gespräch in der Kirche:
Die Kulturkirche St. Petri organisiert jährlich die Buchmacher-Messe in Lübeck. Um mehr Publikum zu gewinnen, kooperiert das Kuratorium mit dem Handel vor Ort.

aber beim breiten Publikum und auch bei der Presse nicht auf Interesse gestoßen.“ Den Messemarkt hält sie insgesamt für zeitgemäß, der Erfolg hänge aber stark von Stadt und Location statt. Für Düsseldorf, zieht Jungclaus Bilanz, „ist die Messe erst einmal gestorben“.

Bei den Lübecker „Buchmachern“, die von der Lokalpresse unterstützt wurden, hat man die Erfahrungen gesammelt, dass viele Menschen weniger über Werbung, sondern über Weiterempfehlung zur Messe gefunden haben. Und die Buch-Berlin-Organisatorin Bieber-Geske schlussfolgert: „Eine Messe muss sich einfach gut herumsprechen. Wenn man der Sache Zeit gibt und diese dann investiert, um ein solides Angebot aufzubauen, dann gibt das ein tragbares Fundament.“ Sie setzt dafür auch auf soziale Medien. Auf Facebook habe die Buch Berlin mittlerweile rund 3500 Abonnenten.

Kooperationen erhöhen die Reichweite

Um die Aufmerksamkeit vor Ort zu erhöhen und künftig mehr Publikum anzuziehen, setzen die Messeveranstalter zunehmend auf den Buchhandel als Kooperationspartner. Zwar stehen viele Händler den lokalen Indie-Messen noch skeptisch gegenüber und betrachten sie als Konkurrenz, meint Verleger Stefan Weidle (Weidle Verlag), doch ist vielerorts auch zu beobachten, dass immer mehr gemeinsame Projekte von lokalen Buchhändlern und Messeveranstaltern entstehen. Das zeigen die folgenden drei Beispiele.

Die BuchQuartier in Wien kooperiert mit städtischen Buchhandlungen, die in ihren Geschäften Werbemittel für die Messe verteilen. „Wir bekommen mittlerweile viel Unterstützung aus dem Buchhandel, was

ganz toll ist“, sagt Clemens Ettenauer. Auch habe sich bei der BuchQuartier im Dezember 2017 die Zahl der Buchhandlungen, die die Messe besuchten, im Vergleich zum Vorjahr verdreifacht, obwohl sie, zeitlich für den Handel eher ungünstig, während des Vorweihnachtsgeschäfts stattfand.

Anika Stender-Sornik berichtet ebenfalls von anfänglicher Skepsis des Handels gegenüber der Lübecker Buchmacher-Messe. Mittlerweile seien aber viele Kooperationen mit lokalen Geschäften entstanden:

- Die regionale Hugendubel-Filiale ist Sponsor der Messe und unterstützt sie finanziell, das Möbelgeschäft Boconcept stellt Möbel für die Buchmacher bereit.

- Die Geschäfte der Lübecker Haupteinkaufsstraße, die aus unabhängigen Läden besteht, präsentiert im Umfeld der Messe je einen unabhängigen Verlag im Schaufenster. Auch weitere kreative Aktionen seien dabei zustande gekommen.

- Viele Buchhändler besuchten 2017 die Messe, um sich über Verlage zu informieren. Für die nächste Messe im April 2018 ist geplant, eine Abendveranstaltung speziell für Händler und Verleger anzubieten.

- Gekauft werde nicht nur auf der Messe, sondern größtenteils hinterher im Buchhandel, meint Stender-Sornik: „Es ist nicht so, dass mit Ende der Messe der Verkauf aufhört. Sie wirkt nach. Und die kooperierenden Läden sind im Nachfeld gute Ansprechpartner für die Kunden.“

Bei der „Wortkunst“-Buchmesse, die bis dato in der Mainzer Altmünsterkirche stattfindet, haben im September erstmals auch die Buchhandlungen Erlesenes und Büchergilde sowie Nimmerland ausgestellt. Petra Seitzmayer, die mit ihrem Lektoratsbüro und gemeinsam mit dem Weidle Verlag die Messe verantwortet, hat positives Feedback erhalten: Beide Buchhandlungen konnten ein großes Netzwerk schaffen und neue Kontakte knüpfen. Bei den Verlegerfrühstücken der Buchhandlung Erlesenes & Büchergilde können sich die teilnehmenden Verlage vorstellen, ihre Titel finden sich dann auch im Sortiment der Buchhandlung. An die lokale Zusammenarbeit will Seitzmayer im nächsten Jahr anknüpfen: „Wir sind am Eruieren, wie wird die Stadt als solche und ihre Buchhandlungen mehr ins Boot nehmen können. Diese Verbindung möchten wir gern intensivieren.“

Eva Killy killy@buchreport.de