

„Verlage sollen Bücher machen, für die sie brennen“ – Der Verleger Jo Lendle im Interview (Defne Akin, Kim Kuizenga, Katharina Ness)

Auf der Leipziger Buchmesse 2019 sprachen wir mit dem Verleger des Carl Hanser Verlages Jo Lendle, der selbst auch als Autor tätig ist. Die Arbeitsweise eines Verlegers, die Rolle des Hanser Verlages und die Präsentation auf der Leipziger Buchmesse standen dabei im Fokus.

Seit 2014 ist Jo Lendle Verleger des Carl Hanser Verlages. Er ist letztinstanzlich für das Verlagsprogramm verantwortlich, also dafür, welche Bücher bei diesem Verlag erscheinen. Wie genau eine solche Entscheidung getroffen wird, erklärte uns Jo Lendle genauer.

Um sich im steigenden Wettbewerb positionieren zu können, scheint im Allgemeinen ein klar definiertes Verlagsprofil maßgeblich zu sein. Dabei versuchen viele Verlage sowohl innerbetrieblich als auch nach außen ein Bild von sich zu zeichnen, welches einen Wiedererkennungswert etabliert.

Beim Carl Hanser Verlag werden laut Jo Lendle hingegen die Bücher nicht nach einem bestimmten Fahrplan oder einem erkennbaren Muster ausgewählt, sondern auf die Erfahrungen des Verlags und auf den ‚richtigen Riecher‘ vertraut. Ganz deutlich wird zunächst: Wer in einem Verlag arbeitet, muss sehr viel und breit gefächert lesen. So stellen die Mitarbeiter*innen der verschiedenen Lektorate (beim Carl Hanser Verlag sind es sechs) Manuskripte zur Diskussion, welche sie als wichtig erachten, die sie besonders überrascht haben oder die einen neuen Blick auf die Welt vermitteln. Die Wahl ist hierbei letztlich subjektiv, da sie sich aus den verschiedenen Neigungen der Mitarbeitenden ergeben. Laut Lendle macht genau dies das Berufsbild aus, denn es handele sich dabei um ein „Menschengeschäft“ und damit um subjektiv geprägte Prozesse, auch wenn natürlich stets versucht werde, objektivierbare Begründungen für die eigene Meinung zu finden. Die vorgeschlagenen Buchprojekte werden über einen Zeitraum von mehreren Wochen diskutiert. Dabei tragen die Erfahrungen aller dazu bei, eine geeignete Auswahl zu treffen. Tendenziell versucht der Verlag, einen breiten Blick auf die literarische Entwicklung zu haben, neue Tendenzen zu erkennen und potentiell erfolgreiche Debüts zu entdecken – das seien die Ziele und Kennzeichen von Carl Hanser.

Neben der internen Sichtung von Manuskripten spielen beim „Entdecken“ neuer Bücher auch das Netzwerk von Autoren, Literaturagenturen oder etwa Preisjurys eine Rolle. Vor allem aber hebt Lendle die Funktion von Literaturscouts hervor. Diese kundschaften in London, New York und Paris die Literaturlandschaft aus und filtern die Neuerscheinungen vor. Ihre Aufgabe ist es, Gutachten zu neuen Manuskripten anzufertigen und Empfehlungen auszusprechen. Bei Literatur aus dem Ausland sei es wichtig, so schnell wie möglich einzukaufen. Und da es notwendig ist, schnell Entscheidungen zu fällen, müssen natürlich auch Risiken eingegangen werden. Vor diesem Hintergrund nehmen auch die verschiedenen Buchmessen eine unterschiedliche Funktion ein. Lendle berichtet von seinem letzten Aufenthalt auf der eine Woche vor der Leipziger Buchmesse stattfindenden London Book Fair, die von deutschen Verlagen insbesondere für den Abschluss internationaler Lizenzverträge genutzt werde. Während in London und auch auf der Frankfurter Buchmesse im Oktober der Gedanke einer Business-to-Business-Messe im Fokus stehe, fungiere die ‚Frühjahrsmesse‘ in Leipzig nicht nur als ein Branchentreff, sondern auch als Forum für die Verlagspräsentation gegenüber den

privaten Leser*innen. So könne auf der von Lendle schelmisch als „Streichelzoo“ bezeichneten Messe eine Nähe zwischen professionellen Akteuren und ‚Endverbrauchern‘ hergestellt werden.

Nun stellt sich natürlich die Frage, wie groß der Einfluss ökonomischer Faktoren auf die Verlagsentscheidungen ist. Denn Bücher müssen verkauft und gelesen werden, um rentabel zu sein. Jo Lendle berichtet, dass der Vertrieb teilweise in die ‚Einkaufsprozesse‘, also die Auswahl der Bücher, eingebunden sein kann. Beim Carl Hanser Verlag liegt der Fokus jedoch nicht auf der Ökonomie, sondern vielmehr auf dem ‚guten‘ Buch, wodurch der Verlag zum Teil riskiert, Projekte anzugehen, die eventuell nicht rentabel sind. Manche Bücher bräuchten laut Lendle eben etwas Zeit, um sich zu entwickeln, und der Vertrieb könne die ‚Intensität‘ eines Buches nicht unbedingt immer einschätzen. Verlage würden zwar zuallererst Bücher für die Saison (Frühjahr und Herbst) machen und momentan vorherrschende literarische Strömungen oder Themen der Gesellschaft bedienen – der Carl Hanser Verlag möchte darüber hinaus jedoch „Bücher für die Ewigkeit“, das heißt auch „ihrer selbst willen“ herausbringen.

Um eine möglichst breite Masse der Leserschaft zu erreichen, werden darüber hinaus Lizenzen für Taschenbuchausgaben vergeben. Zunächst hatte der Hanser Verlag schon im Jahr 1960 zusammen mit anderen Verlagen den dtv-Taschenbuchverlag gegründet, um eine höhere Reichweite seiner Bücher zu erzielen. Heutzutage verkauft der Verlag Lizenzen an andere Taschenbuchverlage und generiert damit zum Teil hohe Einkünfte.

Das Profil des Verlags zu bestimmen, liegt laut Lendle in der Verantwortung der Leserschaft. Und doch benennt er ganz klar, wofür der Carl Hanser Verlag steht: Er habe eine lange Tradition und wolle Dinge bewahren. Seine Aufgabe in der deutschen Literaturlandschaft sei es, für das ‚Klare und Gute‘ zu stehen; er habe eine stützende und systemstabilisierende Funktion. Dabei darf der Verlag aber nicht stehenbleiben, sondern muss sich weiterentwickeln, denn die Gegenwart berge stetig Herausforderungen, welche literarisch angegangen werden müssten. Es sei wichtig, Neues zu entdecken und Leute zu irritieren. Grundsätzlich sei es ihm nach der Übernahme der Verlegerposition beim Carl Hanser Verlag wichtig gewesen, eine stärkere Diversität bei den betreuten Autor*innen zu etablieren.