

Frankfurter Rundschau

Kultur - 9 | 1 | 2011

INTERVIEW MIT MANFRED MEINER

Hunde und andere Philosophen



Der Verleger Felix Meiner.
Foto: Stephan Wallocha

Oh nein, das ist ja ein riesiges Vieh!

Haben Sie Angst vor Hunden?

Ja. Ja. Ihnen geht das ab. Sie sind mit Tieren aufgewachsen?

Nein. Das hat sich erst in den letzten acht, neun Jahren ergeben. Das ist mein erster Jagdhund. Seit zweieinhalb Jahren bilde ich ihn aus. Man muss eine Beziehung aufbauen. Sonst funktioniert gar nichts. Ich habe inzwischen gelernt, dass die Vorstellung, der Mensch sei dem Hund überlegen, völlig falsch ist. Die Herabwürdigung des Individuums Tier geht an der Realität vorbei. Wenn Sie dem Tier nicht als Diktator entgegentreten, sondern ihm in seiner Andersartigkeit Respekt erweisen, dann wird sich auch das Tier immer selbstständig, immer als Individuum

entfalten. Es wird sich Ihnen nie völlig ergeben und so haben Sie dann einen Partner, mit dem es Spaß macht zusammenzuarbeiten. Wenn Sie diese Selbstständigkeit nicht mögen, dann sollten Sie besser mit Maschinen arbeiten.

Sie bilden den Hund zur Jagd aus?

Ja. Das ist auch etwas Neues für mich. Aber es ist vergleichbar der Mitarbeiterführung. Bei der ja auch die Mitarbeiter einen fast mehr führen als dass man sie führt. Mir tut jeder leid, der Angst vor Hunden hat. Ihm entgeht etwas ganz Wesentliches. Die Kommunikation zwischen ganz unterschiedlichen Lebewesen bereichert unsere Erfahrung immens. Wer zum Beispiel die in Werbespots gepflegte Vorstellung hegt, er säße abends bei einem schönen Glas Wein und einer prächtigen Zigarre in einem Lehnstuhl und sein Jagdhund läge ihm zu Füßen, wird schnell eines Besseren belehrt. Der Hund hält das nicht lange aus. Er verschwindet.

Hunde spielen in Ihrem Verlag gar keine Rolle. Allenfalls die Kyniker.

Ich führe zwei Leben. Naja, wer tut das nicht? Die ganze Menschheitsgeschichte besteht aus Zufällen und so ist es auch Zufall, dass ich einen philosophischen Verlag leite, auch wenn ich ihn übernommen habe. Als dritte Generation. Und das Leben auf dem Land haben meine Frau und ich neben dem Leben in der Stadt vor acht Jahren ebenfalls zufällig begonnen. Wir sind gern hier wie dort. Wir betreiben zwar keine Landwirtschaft, aber mal einen Baum fällen, das kommt vor. Und natürlich die Jagd.

Es war immer klar, dass Sie den Verlag übernehmen würden?

Meiner Schwester und mir wurde völlige Freiheit gelassen. Als ich 14 war, starb eine von mir sehr geliebte Tante und der versprach ich an ihrem Sterbebett – eine etwas pathetische Situation –, später einmal den Verlag zu übernehmen. 1970 machte ich Abitur. Man konnte sich für eine Hippie- oder für eine politische Karriere entscheiden. Ich ging mehr in Richtung Hippie und wollte gern eine Verlagslehre machen. Bei Rowohlt. Das hat geklappt. Durch alle Abteilungen. Dort wurde ich resozialisiert. Vom Hippie zum Bürger. Dann kam noch ein Jahr in Paris, wo ich mehr lebte als arbeitete. Nächste Station war Berlin, de Gruyter, wo ich als Hersteller arbeitete. Ich hatte auch mit der großen Nietzsche-Ausgabe zu tun und war stolz und aufgeregt, wenn ich eingeladen war zum Mittagessen mit dem grandiosen Herausgeber Mazzino Montinari. Wir speisten fürstlich. So lernte ich – mittels des Spesenkontos

meines Chefs – viel über die Beziehung zwischen Verleger und Autor. Von dort ging es zu Hanser nach München, wo ich im Fachverlag im Vertrieb und in der Werbung arbeitete. Für mich war immer klar, dass das nur zwei, drei Jahre jeweils sein würden, aber eben als normaler Angestellter mit Stechuhr. Dann kam noch ein Dreivierteljahr als Traveller durch Lateinamerika. Das war 1978-79.

Warum Lateinamerika?

Ein Kindheitstraum. „Traumstraßen der Welt“ – Erinnern Sie sich an den Film? Ich weiß heute noch, in welchem Kino ich ihn sah. Anschließend wusste ich: du musst nach Lateinamerika. Elf, zwölf Jahre war ich alt. Seit de Gruyter war klar, dass ich einmal diesen Laden hier übernehmen würde, und als es dann ernst wurde, dachte ich, bevor du lebenslänglich bei Meiner bekommst, gehst du auf die Traumstraße. Mein Vater unterstützte das. Er kam im Frühjahr 1979 zur Buchmesse nach Buenos Aires, und dann reisten wir noch drei Wochen zusammen herum. Auf meine Art. Auf Lastwagen, in billigen Straßenhotels. Ich wollte ihm zeigen, was ich zuvor gesehen hatte und wie das Land ist, wenn man es von unten aus betrachtet. Er machte das mit. Nach vierzehn Tagen – wir waren inzwischen in Peru – fand er, wir sollten die nächsten Nächte doch mal in Hotels übernachten, in denen man nicht nur zwischen drei und vier Uhr in der Nacht ein wenig Wasser zum Duschen und für die Toilette hat.

Danach waren Sie dann hier im Verlag?

Ja. Unser Verständnis war, dass ich erst hinter ihm her, dann neben ihm her und zuletzt ihm weglaufen sollte. So geschah es. Es gab enorm viel zu tun. Es lag eine dicke Staubschicht auf diesem Verlag. Mein Vater dachte nicht an Werbung, Marketing, Finanzen. Er plante zum Beispiel, die Hegelschen Vorlesungen in der „Philosophischen Bibliothek“ zu ersetzen durch bessere Ausgaben, ohne Rücksicht auf die Kosten. Ich war dagegen, und so entstand zwischen der großen kritischen Hegel-Edition einerseits und den Bänden der „Philosophischen Bibliothek“ andererseits eine eigene Reihe, in der die Vorlesungen ediert wurden. Diese Bände mussten dann nicht 20 Mark, sondern konnten 120 Mark kosten. Eine Ausgabe für Bibliotheken. Das funktionierte glänzend. Statt viel Geld zu verlieren, verdienten wir was.

Sie verstehen etwas von Philosophie?

„Theoretisch“ habe ich keine Ahnung. Mein Vater hatte keine und mein Großvater auch nicht. Keiner von uns hat Philosophie studiert. Aber es gab im Verlag immer Lektoren, die sich bestens auskannten. Meiner heißt seit Jahrzehnten Horst D. Brandt. Ihm sei Ehre und Ruhm! Sie können ein solches engagiertes Programm nur in Zusammenarbeit mit Leuten machen, die die Inhalte verstehen. Und die dazu aus eigener Erfahrung wissen, wie die Käufer und Nutzer, also die Studenten und Professoren in den Instituten und Bibliotheken ticken.

Mit den Inhalten hatten und haben Ihr Großvater, Ihr Vater und Sie nichts zu tun?

Gott sei Dank!

Sie produzieren Bücher, die Sie nicht lesen?

Ja.

Und das nicht, weil sie keine Zeit zum Lesen haben, sondern weil sie Sie nicht interessieren?

Das kann man ganz so nicht sagen. Aber hinter der Frage steckt die alte Vorstellung, der Verleger sei nicht nur Herr über die Inhalte, sondern er beherrsche sie auch. Das ist ein Irrtum. Die Autoren sind deswegen oft erst einmal irritiert. Aber es ist doch auch sehr angenehm, die Sphären klar getrennt voneinander zu halten. Ich bin der Motivator und Koordinator, nicht zuletzt der Mann mit der Kasse.

Der, der von allem etwas versteht.

Je länger ich in diesem Geschäft bin, desto weniger verstehe ich leider davon. Lektorieren konnte ich unsere Bücher noch nie, aber jetzt kann ich sie nicht einmal mehr herstellen oder die Verlagssoftware bedienen. Das wird in den

verschiedenen Abteilungen gemacht, mein Job ist, die Bereiche zusammenzuhalten. Mehr nicht. Und zu entscheiden. Das vor allem. Ich fühle mich gleichwohl nicht als Impresario des Geistes, wie Unselb sah. Vielmehr bin ich wohl eine Art akademischer Hausmeister.

Mein Lieblingsbuch des vergangenen Frühjahrs kommt aus dem Meiner-Verlag. Der Autor heißt Nagarjuna. Er lebte im zweiten nachchristlichen Jahrhundert in Südindien. Das Buch heißt „Die Lehre von der Mitte“, einer der bedeutendsten Texte des Buddhismus. Er erscheint zweisprachig, hat zweihundert Seiten, kostet 32,90 Euro, als E-Book 15,60 und kartoniert 18,90 Euro. Wie kalkuliert man so ein Buch?

Wir haben 1000 Exemplare gedruckt. Davon wurden 400 in Leinen gebunden. Bislang haben wir 332 Exemplare verkauft. Davon waren etwa 70 Exemplare das Ergebnis einer Rezension in der Neuen Zürcher Zeitung. Jetzt ist gerade die kartonierte Ausgabe herausgekommen. Früher hatten wir viele Titel parallel gebunden und kartoniert. Das hat sich nie rentiert. Selbst bei Kants „Kritik der reinen Vernunft“ erreicht die Leinenausgabe, die zehn Euro teurer ist als die kartonierte, nur zehn Prozent der verkauften Auflage. Das führte früher oft dazu, dass wir die Leinenausgabe noch lieferbar hatten, während die kartonierte schon vergriffen war. Wir verzichteten dann eine Weile ganz auf die Leinenausgabe. Das war aber auch nicht gut. Die Bibliotheken wollten eine Leinenausgabe. Für die und die Sammler machen wir jetzt diese drei- bis fünfhundert Exemplare in Leinen gebunden. Mit Nagarjuna ist natürlich kein Geld zu verdienen. Aber das schreckt mich nicht.

Wann haben Sie Ihre Kosten denn wieder drin?

In diesem Fall waren die sogenannten pre-publication-costs zum Glück gering. Der Herausgeber und Übersetzer Lutz Geldsetzer hatte alles fertig, Herr Brandt musste sich nur wenige Tage mit dem Manuskript beschäftigen. Wir kennen Herrn Geldsetzer. Was er macht, hat Hand und Fuß. Wir haben also kein Geld ausgeben müssen für Gutachten. Außerdem sind wir technisch à jour, unsere Hersteller kennen sich sehr gut aus. Und was die Kostenseite angeht, führe ich ein strenges Regiment. Alle Mitarbeiter...

... leben in der Furcht des Herrn.

Nein, sie verstehen den Punkt und helfen, unnötige Ausgaben zu vermeiden. Das ist ein konstitutives Moment für Verlage wie diesen. Den Euro, den wir nicht ausgeben müssen, den behalten wir. Das ist der Grund, warum wir Nagarjuna machen können. Ein solches Buch ist gut für die Philosophie und gut für das Renommee des Verlages. Und wir müssen uns deshalb nicht wie eine Glucke für ihre Küken das Brustgefieder ausreißen. Bei Nagarjuna werden wir die Herstellungsfremdkosten mit dem Verkauf der Leinenausgabe wieder drin haben. Für die Wirtschaftlichkeit wichtig ist außerdem: Das Verlagshaus gehört uns, wir haben keine Schulden, wir machen die Auslieferung selbst. Das heißt: Wir haben die Kosten im Griff. Es kann kein Auslieferer kommen und statt 12,5 Prozent 18 verlangen. Unsere Selbstständigkeit hilft uns, finanziell erfolgreich zu sein.

Womit verdienen Sie Geld?

Überall ein bisschen, am ehesten mit den großen Editionen.

Wegen der Fremdförderung, wegen VW-Stiftung und Ähnlichem?

Nein. Druckkostenzuschüsse machen bei uns allenfalls zwei, drei Prozent vom Gesamtumsatz aus. Institutionelle Förderung gibt es natürlich, die Arbeitsstellen der großen Editionen werden nicht von uns, sondern von der öffentlichen Hand oder durch Stiftungen finanziert. Die Cusanus-Ausgabe wurde zum Beispiel seit 1927 von der Heidelberger Akademie herausgegeben. Aber wir haben für die letzten Bände – einer steht noch aus – seit über 10 Jahren keine Zuschüsse mehr bekommen, sondern alle Kosten durch die in der ganzen Welt verteilten Subskribenten finanziert.

Die einzelnen – kartonierten – Bände kosten zwischen 80 und 380 Euro.

Die Bibliotheken haben das Gesamtwerk vor Jahrzehnten bestellt. Die bleiben größtenteils dran. Der Preis ist da

nicht so wichtig. So lange er einigermaßen plausibel ist. An den gerade erschienenen „Scripta Mathematica“ von Cusanus hat der Verlag fünfundzwanzig Jahre lang mitgearbeitet. Da habe ich kein schlechtes Gewissen, wenn der Band heute 386 Euro kostet. Dieser Band wurde übrigens nicht von der Akademie gefördert, sondern von einem unabhängigen Herausgeber bearbeitet, Menso Folkerts, Professor für Geschichte der Naturwissenschaften in München, der das gemacht hat, ohne jemals Geld dafür zu bekommen. Mit solchen Editionen generieren wir Umsätze, mit denen die Nagarjunas finanziert werden. Ein anderer dicker Ast sind bislang die Zeitschriftenabonnements. Die Leistung des Verlages liegt vor allem darin, einen bestimmten Wissenschaftsbereich zu befruchten und mithilfe von Herausgebern dafür zu sorgen, dass über einen möglichst langen Zeitraum die Kommunikation im Fach effizient und konzentriert abläuft. Der dritte Faktor zur Finanzierung des Verlages ist die Backlist. Das sind die Titel aus den Vorjahren, die oft die Kosten bereits eingespielt haben und von denen jedes weitere verkaufte Exemplar – auch nach Abzug von Lager- und Gemeinkosten – Ertrag bringt.

Das Modell funktioniert noch? Man hört doch, dass die Bibliotheken kein Geld mehr haben. Gerade für Zeitschriften nicht.

Ja, das ist die Situation. Nicht nur bei den Zeitschriften. In den letzten zehn Jahren haben wir bei der großen Hegelausgabe über zwanzig Prozent der Subskribenten verloren. Nicht nur in Deutschland. Früher gingen mehrere hundert Exemplare nach Japan. Jetzt nur noch ein Bruchteil davon.

Zwei Säulen Ihres bisherigen Geschäftsmodells bröckeln.

Wer den Berg rauf geht, muss auch wieder runter. Das war schon immer so. Man muss nur gesunde Kniegelenke und anständiges Schuhwerk haben und die Lust am Wandern behalten.

Von Nagarjuna gibt es auch eine E-Book-Ausgabe. Tun Sie da etwas?

Natürlich haben wir E-Books. Aber kein Mensch kauft die. Diesen Markt gibt es praktisch nicht. Jedenfalls nicht bei unseren Büchern. Das E-Book ist ein Riesenhype. Finanziell spielt es bislang überhaupt keine Rolle. Man braucht aber offenbar immer irgendetwas Neues, damit man das Gefühl hat, in der Sache sei Leben drin. Und es darf ja niemand gegen Innovationen sein, die Menschheit würde glatt verhungern. Nur ist nicht jede Innovation wirklich eine, und manchmal wird einfach nur viel Geld zum Fenster hinaus geworfen.

Wir gehen jetzt hinunter, sagen Sie....

Wir gehen auch wieder hinauf.

Aber nicht mit den E-Books.

Nein. Ich habe ja noch nicht den Glauben an den menschlichen Verstand verloren. Außerdem: Dieser Verlag hat einiges an Auf und Ab erlebt. Drei Jahre nach Gründung begann der Erste Weltkrieg; dann kam die Inflation; die Weltwirtschaftskrise; schließlich 1933. Mit den Nazis hatte mein Großvater nichts am Hut, die waren ihm von Anfang an fremd, bedrohlich. Ihr Erfolg war ihm ein Rätsel. 1943 sank alles, was er hatte, in Schutt und Asche. Man geht nicht immer aufwärts. Man geht aber auch nicht immer abwärts. Das ist die Erfahrung dieses Unternehmens. Das ist die Erfahrung aller, die sich erinnern können und wollen. Als ich kam, hatte der Verlag sechs Mitarbeiter, dazwischen waren es einmal sechzehn. Jetzt sind es zwölf.

Sie beschreiben das, als hätten Sie nichts damit zu tun. Haben Sie nicht das Gefühl, angesichts der Probleme auch reagieren, etwas tun zu müssen?

Das mache ich ja. Aber meine Aufgabe ist heute im Wesentlichen, von außen auf den Verlag zu schauen, nicht der Tunnelblick nach vorn. Unternehmersein heißt auch, sich rechtzeitig herauszunehmen und andere die Arbeit machen zu lassen. Ich habe zwei Söhne. Beide arbeiten in der Branche. Einer von ihnen wird in zwei, drei Jahren hier einsteigen. Das „Wie“ des Überganges beschäftigt mich mehr als die Frage nach den E-Books. Das heißt nicht, dass ich mich nicht operativ kümmere. Wir bringen jedes Jahr ein paar Dutzend Neuerscheinungen heraus. Bislang

haben wir rund 150 E-Books lieferbar, und es werden mehr, weil der Aufwand überschaubar ist und die Bedeutung und Entwicklung dieser Publikationsform noch nicht abschließend beurteilt werden kann. Wir beteiligen uns zum Beispiel auch an der Google-Buchsuche, PaperC, DigiZeit und J-store, interessieren uns für Open Access-Modelle, stellen unsere Zeitschriften online, et cetera. In letzter Zeit war für uns aber das Wichtigste, den Buske-Verlag zu übernehmen und als eigenständiges Tochterunternehmen voranzubringen. Nur mit Meiner wäre das nötige Wachstum nicht zu erzielen gewesen. Verlage wie Meiner konkurrieren ja nicht um Märkte, sondern um Projekte, die zudem nicht austauschbar sind. Es gibt keine Vielzahl von historisch-kritischen Cusanus-Gesamtausgaben. Und ob jemand mit einem attraktiven Projekt zu uns kommt oder woanders hingeht, darauf haben wir wenig Einfluss.

Sie ändern nichts an Ihrer Arbeitsweise? Mitten in der Krise?

Ein wenig schon, ganz abgesehen von der Technik: Seit Jahrzehnten ist etwa die „Philosophische Bibliothek“ die Reihe der „Ganztexte“. Aber es gibt auch Themen, da empfiehlt sich eine Auswahl bzw. Zusammenstellung. Beim Wiener Kreis zum Beispiel: Da müssen Sie Texte von Rudolf Carnap, Otto Neurath, Moritz Schlick und anderen kombinieren. 2011 wird es außerdem drei Bände mit den entscheidenden Beiträgen zur Wissenschaftsdiskussion im 19. Jahrhundert geben; oder auch ein Kompendium in drei Bänden mit ausgewählten Texten zu den Formen der Theoriebildung in der Antike. Wir werden auch andere philosophisch bedeutende Entwicklungen künftig thematisch konzentriert vorstellen, denn auch wir müssen die praktizierten Formate von Forschung und Lehre zur Kenntnis nehmen und programmatisch abbilden. „Mit Platon zum Profit“ oder „Marx für Gewerkschaftsführer“ wird es bei uns allerdings auch in Zukunft nicht geben.

Aber neue Medien...

Natürlich interessieren uns außerdem die neuen medialen Möglichkeiten. Aber wir werden nicht so zynisch sein, wie manche der großen Verlage. Die sagen: Ist uns doch egal, wie der Hase läuft, Hauptsache, wir können ihm am Ende das Fell abziehen.

Interview: Arno Widmann

Artikel URL: <http://www.fr-online.de/kultur/hunde-und-andere-philosophen/-/1472786/5116712/-/index.html>

Copyright © 2010 Frankfurter Rundschau