

## MEEDIA TOPSTORY

### Hamburger verlegt "Literatur Quickies"

#### Booklits: Literatur im Hosentaschenformat

Schmal und schnell: Auf diese Formel lässt sich die Idee des Hamburger Buchautoren Lou A. Probsthayn bringen. Mit Kurzgeschichten im klassischen CD-Booklet-Format alias "Literatur Quickie" will der 49-Jährige die deutschen Hosentaschen erobern und für eine neue Lesekultur to go sorgen. In weniger als sieben Minuten können die "Appetizer" verschlungen werden. Ganz nebenbei hat Probsthayn damit eine lukrative Werbepattform für Verlage geschaffen, über die sich das Konzept finanzieren soll.

Im Sommer letzten Jahres gründete Probsthayn den Verlag Literatur Quickie mit der Absicht, sogenannte Pixi-Bücher für Erwachsene rauszugeben. Das Konzept, Literatur als schnelle Nummer zu vermarkten, ist nicht neu. Seit 2007 veranstaltet Probsthayn gemeinsam mit seinem Freund Gunter Gerlach eine wöchentliche Lesereihe namens "Literatur-Quickie" in der Hamburger Szenekneipe "439". Dabei geht es darum, (Nachwuchs-) Buchautoren die Chance zu geben, ihr Publikum für ihre Schreibkunst zu begeistern – und das in 17 Minuten.

Der so vollzogene Mundpropaganda folgt nun mit den Booklits, und das ist kein Schreibfehler, die gedruckte Version. "Wir haben uns sowohl den Begriff 'Literatur Quickies' als auch 'Booklits' sichern lassen", sagt Probsthayn, der rund 10.000 Euro in die Gründung des Verlags gesteckt hat. Die Booklits sind zwölf mal zwölf Zentimeter groß. Probsthayn will mit der Literatur im Hosentaschenformat nach dem ersten abgelaufenen Jahr die schwarze Null schreiben - und die Zeichen dafür stehen nicht schlecht.

Jedes Quartal erscheinen fünf "Literatur Quickies". Jeder von ihnen beinhaltet eine exklusiv für den Verlag geschriebene Kurzgeschichte eines namhaften Autors. So sind in der ersten Staffel unter anderem Katrin Seddig (erhielt 2008 den Förderpreis der Literatur der Hansestadt Hamburg) und Jasmin Ramadan (schrieb die Vorlage zu Fatih Akins Film "Soulkitchen") vertreten. Darüber hinaus

gibt es immer einen Klassiker: Der österreichische Schriftsteller Gustav Meyrink ist beispielsweise in der ersten Ausgabe mit der Kurzgeschichte "Die Pflanzen des Dr. Cinderella" vertreten.

Probsthayn, der gelernter Werbetexter ist, aber als Buchautor sein Geld verdient (u.a. "Der Benutzer", erschien 2006 im Yedermann Verlag, München), wählt die Geschichten für die Quickies selbst aus. Dabei greift er auf ein Netzwerk an Autoren zurück, das er sich durch seine Tätigkeit als Schriftsteller aufgebaut hat. "Von den vierzig Anfragen, die ich für das Projekt rausgeschickt habe, habe ich vierzig Zusagen erhalten", sagt er. Die teilnehmenden Autoren reichen zwei unterschiedliche Manuskripte ein, von denen Probsthayn das bessere aussucht, korrigiert und in den Druck gibt.

Je nach Qualität der Werke und Bekanntheitsgrad der Autoren variiert auch die Auflagenzahl: 1.000 bis 3.000 Exemplare sind im Umlauf. Vertrieben werden diese in mittlerweile 60 Buchhandlungen, darunter alle Läden der Kette Heymann – eine Seltenheit für kleine Verlage, die dazu noch erst seit Kurzem auf dem Markt mitmischen wollen.

Die schnelle Nummer nicht aber nicht ganz billig: Drei Euro kostet ein Booklit und ist damit fast dreifach so teuer, wie ein Pixi-Buch für Kinder. Davon werden Produktionskosten, Vertreter und Autoren bezahlt. Letztere erhalten fünf Prozent am Nettoverkaufspreis, was durchschnittlich 15 Cent pro Heft ausmachen kann. "Ich selbst werde damit nicht reich, es sei denn, Juli Zeh verkauft sich 500.000 Mal", gibt sich Probsthayn idealistisch. Die mehrfach preisgekrönte Schriftstellerin (u.a. "Corpus Delici. Ein Prozess", erschien 2009 im Verlag Schöffling & Co.) hat Probsthayn für die zweite Staffel ab April engagieren können. Das ganze Jahr ist bereits mit Kurzgeschichten verplant.

Langfristig ist denkbar, dass sich die Booklits durch Anzeigen selbst finanzieren – und zwar auf der letzten Seite. Bisher haben die Buchverlage, in denen die Romane der Appetizer-Autoren erscheinen, gebucht, darunter der Rowohlt Verlag aus Berlin. Auch wenn das Telefon kaum noch still steht in Probsthayns Büro, sind noch nicht alle Anzeigen vergeben. "Es läuft wirklich gut", sagt Probsthayn, der mit diesem schnellen Erfolg nicht gerechnet hätte.

Sollte sich die Idee der "Literatur Quickies" als Booklit etablieren, so sollen die Kurzgeschichten to go auch in Cafés, Kneipen und Arztpraxen ausgelegt werden und somit etwas Originelles im Einheitsbrei von Nachrichten-, Wissens- und Peoplemagazinen bieten. Die Wartezeit auf Kaffee, Bier und Arzttermin könnte man sich intellektueller nicht vertreiben.

23.02.2010

Christine Lübbers