

»Ohne uns bliebe vieles unpubliziert«

Digitaler Wandel, institutionelle Zwänge und der Hang zur Popularisierung: Verleger Manfred Meiner und Lektor Marcel Simon-Gadhof über das Ethos des Verlegens in renditegläubigen Zeiten.

Die Räume des Meiner Verlags sind kühl an diesem Morgen – vor wenigen Tagen ist der Heizkessel geplatzt und hat den Keller unter Wasser gesetzt. Eine größere Reparaturaktion steht bevor. Die Heizlüfter kommen kaum gegen die Kälte an – da hilft nur Warmreden, mit einer Tasse heißen Tees in der Hand.

Der Meiner Verlag ist über die engen Fachkreise hinaus zum Markenzeichen für philosophische Klassikerausgaben geworden. Er hat ein Jahrhundert der Höhen und Tiefen hinter sich – nun muss er sich der digitalen Herausforderung mit all ihren Schattenseiten stellen. Beunruhigt Sie das?

Meiner: Wir fahren am besten, wenn wir dem treu bleiben, was wir in den vergangenen Jahrzehnten gemacht haben: sorgfältig edierte, hochwertig ausgestattete Werk- und Studienausgaben der philosophischen Klassiker, Zeitschriften und exzellente Monografien. Ob auf Papier oder digital, ist dabei sekundär. Aber in der Philosophie – einer exegetischen und hermeneutischen Wissenschaft – hat die Arbeit mit gedruckten Ausgaben nach wie vor Priorität. Eine intensive, kommentierende Lektüre ist am Bildschirm kaum möglich.

Bestätigt sich das, wenn man mit der jüngeren Generation an den Universitäten spricht?

Simon-Gadhof: Ja. Als ich neulich an einer Universität einen Vortrag über unsere Verlagsarbeit gehalten habe, kam aus dem Kreis der Studierenden keine einzige Frage nach E-Books. Auf mein Nachhaken bekundete bis auf zwei, drei Zuhörer niemand Interesse an elektronischen Publikationen. Es scheint, als sei der Bedarf bei der

Generation der jetzt 20- bis 30-Jährigen nicht überwältigend.

Aber irgendwann wird wohl der Punkt erreicht sein, an dem die Mediennutzung sehr plötzlich umspringt ...

Meiner: Wann das sein wird, kann niemand vorhersagen. Die Prognosen, von denen man immer wieder liest, sind doch Kaffeesatzleserei. Außerdem geht von den schicken Tablets der Reiz eines technischen Konsumartikels aus. Man spielt eine Weile darauf, probiert die Funktionen aus und legt es dann wieder desinteressiert zur Seite.

Der Wandel ist eine Frage der Zeit – ob die Prognosen nun richtig liegen oder nicht. Sind Sie darauf vorbereitet?

Simon-Gadhof: Der Workflow wird gerade umgestellt, sodass wir jederzeit auch eine elektronische Version unserer Bücher produzieren können. Im Übrigen stellen wir für Bibliotheken auch Datenbanklösungen bereit, die große Textsammlungen nutzerfreundlich aufarbeiten – beispielsweise die kompletten Hegel-Vorlesungen und -Briefe. Natürlich arbeiten wir auch daran, den Zugriff auf unsere Titel im Internet zu verbessern. Wir haben schon sehr früh mit Google Books kooperiert und bieten jetzt 150 Titel auf der Plattform PaperC an, die auch eine Kaufoption bietet. Aber es wird eindeutig mehr

gelesen als gekauft. Die Nachfrage bewegt sich unterhalb der statistischen Wahrnehmbarkeit.

Meiner: Zu den Online-Lösungen kann ich nur sagen: Die Beschleunigung des Zugriffs ist nicht gleichbedeutend mit der Beschleunigung der Erkenntnis.

Kosten- und Evaluierungsdruck an den Universitäten, aber auch das Abschmelzen der traditionellen Wissenskultur, in der Platon- oder Kantzitate zum guten Ton gehörten, lassen die Käuferzielgruppe tendenziell schrumpfen. Denken Sie nicht über eine Programmweiterung nach – zum Beispiel in Richtung Gegenwartsphilosophie?

Meiner: Das halte ich für schwierig, zumal die Rechte der meisten zeitgenössischen Denker bei anderen Verlagen liegen. Sie haben dort zudem ein verlegerisches Umfeld, aus dem man sie nicht ohne Weiteres herausreißen sollte. Außerdem wird ein Verlag wie Niemeyer, der die Rechte an Heideggers »Sein und Zeit« hält, nicht auf die Idee kommen, die Rechte zu verkaufen. Anders liegen die Dinge, wenn ein





Markenzeichen für philosophische Klassiker: Der Hamburger Felix Meiner Verlag wird 100 – und feiert mit einem üppigen Jubiläumsprogramm

Autor gemeinfrei wird – wie 2009 Husserl. Da haben wir sogleich in unserer Philosophischen Bibliothek eine Studienausgabe »Logische Untersuchungen« herausgebracht.

Philosophie ist in Öffentlichkeit und Medien inzwischen zu einem Entertainment-Format avanciert. Wäre eine populäre Programmsparte für Sie eine Option, um mehr Umsätze zu generieren?



Augenmaß und Kontinuität sind Maximen, nach denen Verleger Manfred Meiner (oben) und Lektor Marcel Simon-Gadhof (links) handeln

Simon-Gadhof: Das ist für uns als Verlag überhaupt kein Thema – auch wenn wir uns natürlich mit dem Phänomen auseinandersetzen. Aber mit solchen Ausflügen in populäre Gefilde würden wir unser Profil verwässern.

Wo soll denn dann das Wachstum herkommen?

Meiner: Das ist nicht immer die primäre Frage. In einem familiengeführten Verlag unterliegen Sie nicht irgendeinem Renditediktat. Natürlich fragen wir uns immer wieder: Was tun wir hier eigentlich? Wozu sind wir da? Wir machen Publikationen, die für wünschenswert, notwendig und zentral erachtet werden – und dies unter wirtschaftlich auskömmlichen Bedingungen. Im Übrigen werden wir überall da, wo wir es können, unsere Bestände erneuern und ausbauen.

Simon-Gadhof: Für viele Publikationen braucht man einen langen Atem. So erscheint im Herbst eine Edition des griechischen Philosophen Theophrast, die Anfänge des Projekts reichen bis in das Jahr 1986 zurück. Bei vielen Publikationen ist der institutionelle Zusammenhang, in dem sie entstehen, nicht über die Jahre gesichert: Herausgeber werden emeritiert, Fördergelder versiegen. Der Verlag gewährleistet hier über lange Zeiträume die Kontinuität, ohne die solche Veröffentlichungen gar nicht zustande kämen.

Das Kerngeschäft wird also auch künftig bei den Klassikern zu suchen sein. Was aber, wenn der Kern immer kleiner wird?

Felix Meiner Verlag

Gegründet: 1. April 1911 in Leipzig
Schwerpunkt: Klassiker der Philosophie
Verleger: Manfred Meiner
Mitarbeiter: 12 (inkl. Buske Verlag)
lieferbare Titel: ca. 1 000, davon 403 Ausgaben der Philosophischen Bibliothek
Jahresumsatz: ca. zwei Millionen Euro
Adresse: Felix Meiner Verlag, Richardstraße 47, 22081 Hamburg
 Telefon: 040 / 29 87 56-0,
 Fax: 040 / 29 87 56-0, E-Mail: info@meiner.de, Internet: www.meiner.de

Meiner: Der Verlag war nicht immer so groß wie heute – und hat dennoch gut gewirtschaftet. Hauptsache, das Vermögen wird nicht angetastet. Außerdem lassen sich durch das Zusammengehen mit dem Buske Verlag, der 1992 unter unser Dach kam, viele Kosten reduzieren.

Herr Meiner, Sie sind jetzt 59 Jahre alt und beschäftigen sich allmählich mit dem Thema Nachfolge. Weiß die nächste Verlegergeneration, was auf sie zukommt?

Meiner: Sollten meine Söhne den Verlag übernehmen – was nicht in meiner Macht steht –, dann wissen sie, dass ihnen nicht in erster Linie Gewinnausschüttungen winken, sondern auch eine ideelle Belohnung.

Sind Sie denn mit der Bilanz ebenfalls zufrieden?

Meiner: Wir stehen gut da – dank unserer starken Backlist, der großen Editionen, beispielsweise der Werke Ernst Cassirers, und dank der Zeitschriften.

Und wie hat sich die mit hohem inhaltlichem wie gestalterischem Aufwand produzierte »Enzyklopädie der Philosophie« verkauft?

Meiner: Ohne Zahlen nennen zu wollen: Wir merken, dass Käufer von Nachschlagewerken und Ratgebern in gedruckter Form Abstand nehmen, weil sie sie offenbar für nicht mehr notwendig halten.

Müssen Sie im wirtschaftlichen Interesse auch Auftragspublikationen annehmen – oder sind Sie bei der Programmgestaltung weitgehend unabhängig?

Meiner: Die Frage der verlegerischen Freiheit ist ein ganz entscheidender Punkt für mich. Wir arbeiten in einem weitgehend unreglementierten Gewerbe, wenn man von Urheberrecht und Preisbindung einmal absieht. Der Anteil von Druckkostenzuschüssen an unserem Umsatz liegt bei weniger als drei Prozent. Sollte die Wissenschaftsfreiheit durch staatliche Eingriffe massiv beschnitten werden, könnten aber auch wir zunehmend in die Rolle abhängiger Dienstleister geraten. 