



## Weiß ist alles andere als eintönig

Der junge Frankfurter Verlag weissbooks.w hebt sich mit puristischen schwarz-weißen Covern von der Verlagslandschaft ab und beweist damit, dass Mut zur Eigenwilligkeit zum Erfolg führen kann. Das lässt sich auch an vielen Preisen festmachen, die das Konzept des 2008 gegründeten Verlags bereits gewann.

Als der Leiter des Suhrkamp Verlags, Siegfried Unseld, im Jahr 2002 starb, gab es innerhalb der Verlagsleitung Zerwürfnisse und Meinungsverschiedenheiten. Sogar einige Autoren und Mitarbeiter verließen Suhrkamp in Folge dessen. Zwei von ihnen waren Rainer Weiss und Anya Schutzbach. Doch die beiden gaben das Verlagswesen nicht auf, sondern gründeten ihren eigenen Verlag: weissbooks.w.

Die Gründung erfolgte zu Jahresbeginn 2008, mit einem halben Jahr Vorbereitung wurde für das Projekt ein handfestes Konzept erarbeitet. Die Idee ist allerdings schon sehr viel älter. Es sei ein Kindertraum von Weiss gewesen, einen Verlag zu gründen, dessen Name an seinen eigenen angelehnt sein sollte. „Weissbücher“ sollte das Projekt von Weiss, Jahrgang '49 und studiertem Germanist, heißen. Bei der Gründung in den Nullerjahren musste aber ein modernerer Name her und so kam man zu weissbooks.w, verriet Weiss im Interview mit dem Kulturverein Goethe-Institut. Das zweite w nach dem Punkt soll für den erneuten Wortanfang stehen. Das wirkt schon fast philosophisch. Ein Symbol für die ewige Wiederkehr des weissbooks? Auf jeden Fall scheint es auszudrücken: weissbooks.w wird die Verlagslandschaft so schnell nicht mehr los werden.

Dieser Eindruck bestätigt sich bei einem Blick auf die Preise, die der erst so junge Verlag bereits gewonnen hat. Weissbooks.w wurde im März 2009 auf der Leipziger Buchmesse mit dem Award für den „Newcomer des Jahres“ ausgezeichnet und erhielt im Mai 2009 den Gründerpreis der Stadt Frankfurt. Von der Branchenzeitschrift BuchMarkt erhielt weissbooks.w ebenfalls den Award einen Newcomer-Award. Vor allem gelobt wurde der hohe Wiedererkennungswert der weissbooks.w-Bücher, der sich nicht zuletzt in der Einbandgestaltungen der verlegten Bücher ausdrückt.

### Der Name ist bei weissbooks.w (Verlags)Programm

Alle Bücher zielt der „weissbooks.w“ Schriftzug überdimensional in schwarz quer über dem sonst strahlend weißen Einband. Bei den meisten Büchern findet sich sonst auf dem Cover nur noch Autorenname und Titel- und diese in wesentlich kleinerem Druckformat als üblich. Dieses auffällige Design entwickelte der Schweizer Grafiker Fritz Gottschalk. Ziel sei es gewesen, ein Zeichen gegen den Gestaltungstrend zu setzen und sich von der Konkurrenz abzuheben. Wenige Cover gibt es bei weissbooks.w, die sonst noch eine- aber auch nur eine einzige-Grafik beinhalten.

Diese stammen aber erst aus den Verlagsprogrammen seit 2009, wie zum Beispiel das Eis in der Waffel auf Daniel Zahnos „Die Geliebte des Gelatiere“. Gottschalk setzte ein Jahr nach der Gründung nicht mehr auf die radikal weiße Variante mit Schriftzug, sondern auch auf einige Grafiken. Weissbooks.w war am Markt etabliert war, somit durften ein paar bunte Blickfänge sein. Dennoch bleibt die Grundidee des reduzierten, auffälligen Design erhalten. Selbst wenn die schon ein kleiner Kompromiss war, denn ursprünglich wollte Gottschalk komplett weiße Cover mit winzig gedrucktem Schriftzug entwerfen.

Bislang publizierte weissbooks.w 24 Titel. Das Programm ist vor allem spezialisiert auf Belletristik und erzählendes Sachbuch, wobei der Verlag viele bisher unbekannte Autoren, oftmals sogar mit Erstlingswerken, verlegt. Die interne Organisation ist nach den früheren Aufgaben der Ex-Suhrkamp-Mitarbeiter strukturiert. Die ehemalige Marketingleiterin und studierte Japanologin Schutzbach, Jahrgang '63, die vor ihrer Verlagskarriere als Übersetzerin und Dolmetscherin arbeitete, ist für Vertrieb und Verkauf, Herstellung und natürlich das Marketing von weissbooks.w zuständig.

Der Lektor und ehemalige Programmchef Weiss kümmert sich um das Programm, Lektorat, Rechte & Lizenzen sowie die Pressearbeit des Verlags. In der ersten Saison veröffentlichte der Verlag fünf Bücher, seither sind es



mehr geworden, aber dennoch ist das Verlagsprogramm klein. Darin sehen die beiden Gründer allerdings kein Problem, sondern eher einen Vorteil. In einem kleinen Verlag mit einem solch überschaubarem Verlagsprogramm könnten die einzelnen Bücher intensiver und durchdachter vermarktet werden.

Die Verlagsgründung von weissbooks.w war riskant, nicht zuletzt finanziell, das ist auch Weiss und Schutzbach klar. Denn in Zeiten der Wirtschaftskrise und des Wandels, in dem das Medium Buch immer mehr durch die neuen Medien, nicht zuletzt das E-Book, zurück gedrängt wird, ist die Etablierung eines neuen Verlags wohl schwieriger denn je. Die Kontakte und Kenntnisse der Verlagslandschaft, vor allem der in Frankfurt, haben Weiss und Schutzbach durch ihre Suhrkamp-Vergangenheit sicherlich, doch wie es für den jungen Verlag weiter geht, bleibt abzuwarten. Weissbooks.w befindet sich aber bereits auf einem viel versprechenden Weg. Und eins ist klar: Die Einbände der weissbooks.w- Bücher ziehen im Bücherregal alle Augen auf sich.

Weitere Informationen zu weissbooks.w unter: [www.weissbooks.com](http://www.weissbooks.com)

(Text: Julia Radgen)