

## “Ich überlebte ein Praktikum im Emons Verlag Köln”

Na ja, so schlimm war's dann doch nicht. Und - zugegebenermaßen - stammt dieser Satz auch nicht von mir, sondern von dem T-Shirt, das mir zum Abschied von meinen Kurzzeit-Kollegen überreicht wurde. Und in diesem Zusammenhang kündigt diese Aussage auch eher von der angenehmen familiären Atmosphäre, die mich dort umgab, als von den Leiden einer geplagten Praktikantin. Doch gibt es nicht nur von lebenswerten und verständnisvollen KollegInnen und Chefs zu erzählen, sondern auch von einem interessanten und erkenntnisreichen Einblick in die Arbeit und die Abläufe eines Regionalverlages, dessen Erscheinungsbild vielschichtiger ist, als man zunächst vermutet. Der Emons Verlag ist vor allem für seine Regionalkrimis bekannt. Das sind Krimis, deren Handlung in einer tatsächlich existierenden Stadt bzw. Region wie Köln, Aachen oder dem Bergischen Land angesiedelt ist. Dieser Regionalbezug zeichnet sich jedoch nicht nur durch das bloße Nennen bestimmter Straßen, Institutionen oder geographischer Besonderheiten aus, er findet sich auch in der möglichst authentischen Darstellung der Mentalität und des Flairs einer Stadt bzw. einer Region und der dort lebenden Menschen wieder. Auch die recht erfolgreiche Medienreihe, die u.a. Sachbücher über das Drehbuchhandwerk und Nachschlagewerke mit Adressen wichtiger Medienmacher in der Region enthält, erscheint in besagtem Verlag. Der dritte Hauptzug im verlegerischen Profil von Emons ist die NS-Dok-Reihe, die sich mit der nationalsozialistischen Vergangenheit vor allem in Köln auseinandersetzt. Diese und einige andere "Liebhaber-Projekte" könnten ohne Buchpreisbindung wohl kaum verwirklicht werden, denn auch der Emons Verlag finanziert diese recht aufwendigen Bücher, die hauptsächlich von einer kleinen Minderheit rezipiert werden, mit Gewinnen, die durch die beliebten Regionalkrimis erzielt werden.

Mein Arbeitsbereich variierte je nach Bedarf. Er umfaßte sowohl Lektorats-, wie auch Presse- und Vertriebsarbeit. In der Presseabteilung wurde ich z.B. nicht nur in die Bedienung eines ominösen Computerprogramms namens RL eingeweiht, sondern auch in die Geheimnisse eines Verteilers. Wie für jede Firma ist es auch für einen Verlag wichtig, daß seine Produkte - in diesem Fall also Bücher - in der Öffentlichkeit präsent sind, damit potentielle Konsumenten überhaupt erst einmal von ihrer Existenz erfahren. Diese Präsenz wird unter anderem durch Rezensionen erreicht, die neben den

geringen Kosten auch den Vorteil haben, daß sie vom Konsumenten nicht als Werbung, sondern als Beurteilung und Empfehlung einer unabhängigen Person bzw. Institution betrachtet werden. Allerdings ist für diese Art von Publicity eine gut funktionierende Presseabteilung nötig, die es versteht, Kontakte zu den Medien aufzubauen und zu pflegen. Für die Systematisierung dieser Kontakte ist ein Verteiler unerlässlich, denn er enthält nicht nur wichtige Informationen über den jeweiligen Partner, sondern gibt auch Hinweise auf bereits erschienene Rezensionen. Auf diese kann man dann, z.B. um besonders positive Zitate für Pressemitteilungen zu exzerpieren, auch später noch zurückgreifen, da sie nach Eintreffen des obligatorischen Belegexemplares im Archiv gesammelt werden. Im Vertrieb lernte ich neben einem ausgeklügelten Rabattsystem auch das in dieser Art weltweit einzigartige Funktionieren der Barsortimente kennen. Diese drei Barsortimente, die große Mengen von Büchern vorrätig halten, ermöglichen es den Buchhändlern, ein bestelltes Buch bereits am nächsten Tag zu verkaufen. Der Emons Verlag arbeitet allerdings nicht nur mit diesen Barsortimenten zusammen, sondern liefert auch selbst aus. So daß in stressigen Zeiten auch mal mit gepackt werden mußte.

Vertrieb und Presse sind jedoch nicht nur für diese grundsätzlichen Aufgaben zuständig, sondern erarbeiten auch mit den Buchhändlern Fensterdekorationen oder Thementische und organisieren Veranstaltungen wie Lesungen oder Stadtführungen zu den Tatorten der Regionalkrimis. Sie versuchen also auch auf anderem Weg, den Verlag und seine Produkte möglichst präsent zu halten. In beiden Abteilungen war die Relevanz von Sprachkompetenz und Kommunikationsfähigkeit für den Geschäftserfolg auffallend, denn letztlich sind es Presse und Vertrieb, die den Verlag nach außen repräsentieren. Sie sind die Kontaktstellen: einerseits für die Buchhändler, die Mittler zwischen Verlag und Leser sind, und andererseits für die Presse, die die Mittlungsinstanz zwischen Verlag und potentielltem Leser darstellt. Beides sind wichtige Partner, denn durch sie kann der Verlag nicht nur Kunden gewinnen, sondern sich auch ein angemessenes Profil geben.

Mein Hauptinteresse lag als Germanistikstudentin natürlich bei der Lektoratsarbeit. Diese bestand zum großen Teil darin, einen bzw. zwei Riesen-

stapel eingegangener Manuskripte zu lesen und zu beurteilen. Das war eine spannende Sache. Mitunter auch lustig. Meistens aber zum Heulen. (Irgendwann tauchte an meinem geistigen Horizont auch die Frage auf, ob das Lesen schlechter Texte eigentlich dumm macht. Ich habe sie nicht wirklich beantworten können. Allerdings gibt die Tatsache, daß die Lektorin des Verlags noch immer eine sehr kompetente Frau ist, Anlaß zur Hoffnung.) Meine Aufgabe war also, die eingegangenen Manuskripte zu prüfen, die schlechten mit Begründung abzulehnen und die hoffnungsvollen mit einem ausführlichen Gutachten auszustatten. Dies war in zweierlei Hinsicht eine interessante und fordernde Aufgabe: Zum einen mußte man sich seines Leseverhaltens, seiner Formulierungen und des angeschlagenen Tones sehr bewußt sein, damit man den Adressaten auf verträgliche Art und Weise genau das signalisierte, was man beabsichtigte. Es reichte vor allem bei den hoffnungsvollen Manuskripten nicht, sich auf Aussagen wie "Irgendwie stört mich da was" oder "Das gefällt mir irgendwie" zu beschränken. Man mußte präzise analysieren, um die Ablehnung oder den Verbesserungswunsch klar begründen zu können. Eine Vorgehensweise also, mit der man üblicherweise nicht an einen Unterhaltungstext herantritt.

Dies führt zur nächsten Erkenntnis, die, wenn auch simpel, sich mir aber zuvor noch nie in solcher Klarheit präsentiert hatte: Der Text, der sich schließlich unter dem Namen eines bestimmten Autors in irgendeinem Bücherregal wiederfindet, ist letztlich das Werk *mehrerer* Menschen. Denn selbst, wenn man davon ausgeht, daß der Autor sich von keinem Probeleser aus seiner Bekanntschaft hat beeinflussen lassen, ist der Einfluß des Lektors kaum zu leugnen, so daß meist mindestens zwei Personen für den endgültigen Text verantwortlich sind.

Doch ich greife vor. Wir waren bei dem Stapel eingesandter Manuskripte. Fällt einem eines mit Potential in die Hand, erstellt man ein Gutachten, das Stärken und Schwächen des Textes aufzeigt, und lädt den Autor ein, um mit ihm darüber zu sprechen. Ist er bereit, sein Manuskript in den bemängelten Punkten noch einmal zu überarbeiten, beginnt die Zusammenarbeit zwischen ihm und dem Verlag. Diese Zusammenarbeit kann so aussehen, daß der Autor dem Lektor immer wieder Teile des Textes zukommen läßt, die der Lektor beurteilt, oder daß er seine Arbeit erst dann wieder zur Diskussion stellt, wenn sie vollständig überarbeitet ist. Ist das geschehen, und der Lektor zeigt sich zufrieden, beginnt die genauere Prüfung, die neben Zeitgerüst und Kausalitäten, auch den Stil beinhaltet. Dies geschieht nun in einer so konkreten Art, daß nicht mehr nur über den Gesamt-

eindruck, sondern auch über Details gesprochen wird. Die daraus folgende Beurteilung geht der Lektor dann gemeinsam mit dem Autor durch. Hier kann es durchaus auch zu kleineren Kämpfen kommen, da jeder Autor bestimmte Lieblingscharakterzüge, -formulierungen und -witze hat, die er nur ungern verändert sieht. Ist diese Phase abgeschlossen, wird der Text layoutet und Korrektur gelesen; und dann geht's fast schon in die Druckerei. Der Weg dorthin mag bei dem einen oder anderen Buch etwas einfacher oder verworrener aussehen. Doch prinzipiell entspricht er meiner Schilderung.

Wer nun denkt, die Arbeit sei damit beendet, der hat noch nicht miterlebt, welche Nervereien eine Druckerei veranstalten kann. Verzögerungen, die durch schlechte Druckqualität oder fehlgeschlagene Koordination auf Seiten der Druckerei verursacht werden, scheinen bei einigen in dieser Branche zum Tagesgeschäft zu gehören. (Dabei ist es eine durchaus bedenkenswerte Tatsache, daß die daraus folgenden Verspätungen bei der Erscheinung von Büchern auf den Verlag zurückfallen, nicht auf die Druckerei.) Aber das ist eine andere Geschichte. Auch wenn das Buch in Druck ist, gibt es noch mehrere Stationen, auf denen die Prüfung durch den Verlag notwendig ist.

Eines ist sicher: Die drei Monate, in denen ich früh aufstehen mußte, spät nach Hause gekommen bin und den Sonnenschein hauptsächlich von drinnen gesehen habe, haben mir nicht nur einen Einblick in das Verlagswesen, die Zusammenarbeit mit liebenswerten und kompetenten Menschen und einen kostenlosen Besuch auf der Frankfurter Buchmesse gebracht, sondern auch und nicht zuletzt ein Gefühl von Nützlichkeit, das ich im Studium ab und zu vermisse.

**Madlen X**

#### Kontakt:



Emons Verlag Köln  
Lütticher Straße 38  
50674 Köln

Tel.: 0221 / 56977-0

Fax: 0221 / 524937

#### Der Emons-Verlag im Internet:

[www.emons-verlag.de](http://www.emons-verlag.de)