

Spezialist für weiße Flecken

Anfangs verkaufte er seine Führer noch selbst im Flugzeug: Der Reisebuchverleger Michael Iwanowski über sein Sehnsuchtsziel Antarktis, Unabhängigkeit und faule Autoren

DIE ZEIT: Sie gelten als Vielreisender. Wo erwische ich Sie gerade?

MICHAEL IWANOWSKI: Ich bin in Inverness an der Westküste Floridas, etwa 20 Meilen landeinwärts in einer Seen- und Flusslandschaft. Hier habe ich meinen Zweitwohnsitz. Aber seien Sie nicht neidisch: Es hat die letzten drei Tage geregnet!

ZEIT: Die Geschichte Ihres Verlages begann vor 25 Jahren, als Sie noch Lehrer waren. Vom Beamten zum Unternehmer – ein schwerer Weg?

IWANOWSKI: Das ergab sich einfach so. Ich war Leiter der Lehrerbildung in Düsseldorf und fing an, mich für Namibia zu begeistern, das ich auf mehreren Urlaubsreisen immer besser kennenlernte. Auch für Bekannte organisierte ich dort Aufenthalte und stellte ihnen eine Loseblattsammlung mit Reiseinformationen zusammen. Als sich Anfang der achtziger Jahre die Unabhängigkeit abzuzeichnen begann, reisten viele Delegationen nach Südwestafrika. Einen Reiseführer gab es nicht. Da entdeckte das auswärtige Amt meine Informationsblätter und bestellte 300 Exemplare. So entstand das erste Buch.

ZEIT: Zu Beginn verkauften Sie Ihre Führer eigenhändig auf Flügen nach Namibia. Wie viel Abenteuergeist treibt Sie heute an?

IWANOWSKI: Machen wir es konkret: In einer Stunde werde ich mein Fahrrad auf den Truck packen und einen Trail durch unberührte Gebiete bei Orlando abfahren. Darüber schreibe ich einen Artikel für das *Florida Sun Magazine*. Das macht richtig Spaß.

ZEIT: Zur Zeit der Verlagsgründung herrschte ein enormer Informationsbedarf. Inzwischen gibt es ein breit gestreutes Angebot von Reiseführern. Wie behaupten Sie Ihre Position auf dem Markt?

IWANOWSKI: Die meisten Verlage verkaufen identische Inhalte in unterschiedlicher Verpackung. Wir geben Informationen, die man nicht so schnell anderswo liest. Uns geht es darum, Individualreisende in Gebiete jenseits der Massenziele zu locken. Gerade ist unser *101 Inseln*-Band erschienen, der noch relativ unberührte Flecken vorstellt.

ZEIT: Wie hat das Internet die Arbeitsweise der Autoren verändert?

IWANOWSKI: Früher hat man Prospekte im Zielgebiet zusammengeklaut. Heute stehen Adressen, Öffnungszeiten und Preise im Netz. Die Atmosphäre eines Urlaubsortes verändert sich aber mit der Zeit und lässt sich nicht am Bildschirm einschätzen.

ZEIT: Gibt es unter Ihren Autoren schwarze Schafe, die sich um die Recherche drücken?

IWANOWSKI: Davon kann ich ein Lied singen. Wir mussten gerade ein schönes Projekt absagen. Der Autor kannte das Land zwar gut, hatte sich aber bei Wikipedia und ähnlichen Quellen bedient. Er ordnete nicht einmal die Informationen neu. So etwas entdecken gute Lektoren durch Stichproben. Die arbeiten wie Detektive.

ZEIT: Wie bewahrt man bei 90 Titeln im Verlagsprogramm die individuelle Note?

IWANOWSKI: Es gibt ein Buchkonzept. Aber die Autoren entscheiden eigenständig, wie viele regionale Tipps sie geben. Außerdem haben wir uns auf den überschaubaren deutschsprachigen Leserkreis der Einzelreisenden spezialisiert, bedienen also nicht die Interessen von Pauschaltouristen, richten uns auch nicht an ein internationales Publikum. Die Globalisierung der Information macht schließlich



MICHAEL IWANOWSKI
(59), verlegt seit 25 Jahren Reisebücher für Individualisten und organisiert Touren ins südliche Afrika

jede Individualität zunichte. Für Backpacker, die lieber englischsprachige Reiseführer mit hohen Auflagen nutzen, gibt es keine Geheimtipps mehr.

ZEIT: Der hohe Kostenaufwand zwingt viele kleinere Reisebuchverlage, sich mit den Branchenriesen zusammenzuschließen. Wie schaffen Sie es, unabhängig zu bleiben?

IWANOWSKI: Die Besinnung aufs Kerngeschäft ist ungeheuer wichtig. Wir verzichten darauf, mit Bildbänden oder Landkarten zu handeln, sondern erweitern die bewährte Reihe mit den roten Einbänden konsequent. Außerdem haben wir einen sehr guten Vertrieb, der das Konzept bei den Buchhändlern bewirbt. Trotzdem ist ein Verlag unserer Größe kein Profitcenter. Man muss schon Spaß an der Sache haben. Zum Glück sind meine zehn Mitarbeiter alles Reiseverrückte.

ZEIT: Neben der Buchherstellung treten Sie auch als Spezial-Reiseveranstalter auf. Dient das der wirtschaftlichen Absicherung?

IWANOWSKI: Das hat sich eher zufällig ergeben. Für die ersten Bücher suchte ich Anzeigekunden unter Reiseveranstaltern. Die meisten lehnten ab mit der Begründung, der Käufer eines Führers habe doch bereits gebucht. Deshalb bieten wir selbst Reisen ins südliche Afrika an, organisieren Safaris und Selbstfahrertouren durch Sambia, Simbabwe oder Mosambik. Und natürlich immer noch und immer wieder durch Namibia.

ZEIT: Gibt es noch Neuland für Sie?

IWANOWSKI: Ich war neulich erstmals drei Tage in Prag, in der Vorsaison. Das hat mir gut gefallen. Bald fahre ich wieder hin, werde die Straßenbahn nehmen, durch die Gassen schleichen und mir meinen eigenen Weg suchen. Ich träume aber auch von der Antarktis. Das Blöde ist nur, dass man da nicht als Einzelreisender hinkommt.