

# Medien

## „Wer alles weiß, der kann zu Hause bleiben“

**VERLEGER** 25 Jahre im Buchgeschäft

In der eingefahrenen Buchverlagslandschaft können auch Neulinge sich etablieren. Michael Iwanowski (59) etwa verlegt seit 25 Jahren Reisebücher für Individualisten.

VON MARTIN WEIN

**FRAGE:** Sie gelten als Vielreisender. Wo erwische ich Sie gerade?

**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! Für das Land ist das gut, denn seit zwei, drei Jahren fehlen uns die Hurricanes.

**FRAGE:** Mögen Sie es lieber spannend?

**IWANOWSKI:** Ach, das auch (lacht). Aber vor allem bringen die im Zuge der großen Tiefdruckgebiete den richtigen Regen. Und den hat diese Landschaft ganz dringend nötig.

**FRAGE:** Hätten Sie vor 25 Jahren nicht Ihre Lose-Blatt-Sammlung mit Reiseinfos über Namibia ans Auswärtige Amt verkauft – so die Gründungslegende Ihres Verlages – dann würden Sie heute statt in Florida als Lehrer im Rheinland in der Schule an der Tafel stehen.

**IWANOWSKI:** Genauer gesagt war ich zehn Jahre lang Leiter der Lehrerbildung im Be-

zirksseminar Düsseldorf. Wahrscheinlich wäre man mit der Zeit auf der Karriereleiter ins Ministerium gekrabbelt und hätte dann in einem Büro sitzen müssen und nicht mal mehr drei Monate Ferien gehabt.

**FRAGE:** Vom Berufsbeamten zum Unternehmer – ein schwerer Weg?

**IWANOWSKI:** Das ergab sich einfach so. Anfang der 80er-Jahre reisten viele Delegationen nach Südwestafrika. Die Unabhängigkeit zeichnete sich ab. Damals suchte das Auswärtige Amt Informationen, die sie den Leuten mitgeben konnten. Einen Reiseführer gab es nicht. Denen fielen dann meine Informationsblätter in die Hände, die ich bei meinen Reisegruppen verteilte. So entstand das erste Buch. Der Verlag wurde gegründet, als ein Vertriebspartner nur eine ganze Buchreihe vermarkten wollte.

**FRAGE:** Damals sollen Sie Ihre ersten eigenen Reisebücher eigenhändig im Flugzeug auf dem Weg nach Namibia verkauft haben. Das ist eher hemdsärmelig. Auf Pressebildern sieht man Sie noch heute im Safarihemd, aber auch im Anzug oder in Poloshirt am Meer mit einem Glas Wein. Welche Rolle ist Ihnen am liebsten?

**IWANOWSKI:** (lacht) Ich halte nichts davon, immer in einer Rolle zu leben und immer im Safari-Anzug herumzulaufen. Das wäre kindisch. In Florida läuft man eher salopp herum in Shorts und T-Shirt. Und wenn es sein muss, trage ich Schlips und Kragen.

**FRAGE:** Trotzdem: Sehen Sie



Safarihemd oder Business-Look: Als Reisebuch-Verleger muss man in viele Rollen schlüpfen, findet Michael Iwanowski.

FOTO: VERLAG

sich eher als smarten Unternehmer oder treibt der Abenteuergeist Sie noch an?

**IWANOWSKI:** In einer Stunde werde ich mein Fahrrad auf den Truck packen und dann einen Trail durch unberührte Gebiete bei Orlando abfahren. Darüber schreibe ich einen Insider-Artikel für das Florida Sun Magazin. Das macht richtig Spaß.

**FRAGE:** Als Grund der Verlagsgründung nannten Sie einen großen Informationsbedarf. Wie hat sich das Leserinteresse mit der Zeit verändert?

**IWANOWSKI:** Natürlich gibt es jetzt unheimlich viele Reisebücher. Aber es gibt auch viele deckungsgleiche Informationen. Die Verpackung variiert, der Inhalt ist identisch.

Das Zauberwort heißt Mehrfachverwertung. Wir versuchen darauf zu achten, ich sage bewusst versuchen, dass wir einmalige Informationen geben, die man nicht so schnell anderswo liest. Damit kann man sich unterscheiden.

**FRAGE:** Das Internet hat viel verändert, auch die Recherchemöglichkeiten der Reisenden und der Autoren. Wie viel wird noch vor Ort recherchiert?

**IWANOWSKI:** Vor 20 Jahren hat man noch Prospekte vor Ort zusammengeklaut. Das ist heute Unsinn, wo es die reinen Daten tages- oder monatsgenau im Netz gibt. Die Atmosphäre kann man dagegen nicht am Schreibtisch einschätzen. Und die verändert

**Bauer-Verlag zahlt Makatsch 15 000 Euro**

Das „Kindergeld“ soll die junge Mutter für den Abdruck heimlich gemachter Fotos mit ihrem Baby entschädigen.

schwarze Schafe unter Autoren, die schlecht recherchieren?

**IWANOWSKI:** Wir können als Verlag ganz aktuell ein Lied davon singen. Wir haben dieses Jahr ein schönes Projekt abgesetzt. Der Autor kannte das Land zwar gut, hatte sich aber einfach bei Wikipedia und anderen Quellen bedient. Er hielt es nicht einmal für nötig, die Informationen neu zu ordnen. So etwas entdecken gute Lektoren durch Stichproben. Die sind wie Detektive daran.

**FRAGE:** Und wie sorgt man bei 90 Titeln im Verlagsprogramm noch für eine individuelle Note?

**IWANOWSKI:** Es gibt natürlich ein Buchkonzept. Aber wir schreiben keinem Autor vor, wie viele regionale Tipps oder Info-Kästen er schreibt. Mit den wenigen Mitbewerbern im Individualreise-Bereich, die ihre Bücher nicht übersetzen lassen, können wir damit die Bücher ganz an den Bedarf der deutschsprachigen Leser anpassen. Das macht sie so besonders. Amerikaner oder Australier haben ganz andere Reise-Interessen. Die Globalisierung der Information macht natürlich jede Individualität zunichte. Da setzen dann die Backpacker aus aller Welt auf dieselben Geheimtipps und wundern sich, dass es dort plötzlich so überlaufen ist.

**FRAGE:** Der hohe Kostenaufwand zwingt viele Reisebuchverlage zur Fusion. Wie bleibt man unabhängig?

**IWANOWSKI:** Die Besinnung aufs Kerngeschäft ist ungeheuer wichtig. Wir handeln mit individuellen Informationen, einer eigenen Handschrift und Verpackung. Dazu haben wir einen sehr guten Vertrieb, der das Konzept bei den Buchhändlern bewirbt. Das macht uns unabhängig. Trotzdem muss man einen Verlag unserer Größe aus und mit Spaß führen. Meine zehn Mitarbeiter sind alles Reise-Verrückte. Als reines Profit-Center würde ich die Hände davon lassen.

**FRAGE:** Woran erkennen Sie