

„In den Publikumsverlagen hat der Vertrieb mehr oder weniger das Sagen über das Programm übernommen.“



Volker Surmann im Gespräch mit Oliver Uschmann

2011 übernahm der selbsternannte „Multifunktionssatiriker“ Dr. Volker Surmann den Satyr Verlag. Das aus einem Kleinkunstnetzwerk entstandene, kleine Independent-Haus war damals vor allem Publikationsplattform für Lesebühnenautor*innen. Der

Wandel des Buchgeschäfts und Surmanns leidenschaftlicher Einsatz für Literatur sorgten allerdings dafür, dass der Verlag (<https://satyr-verlag.de>) heute weit mehr ist als ein Sammelbecken für gedruckte Pointen. Immer noch klein und unabhängig, gewinnt Satyr an Bedeutung, entdeckt neue Stimmen mit Buchpreis-Potenzial und wird zum Hafen für gestandene Autor*innen, die es zu schätzen wissen, dass in einem Verlag der Verleger das Sagen hat und nicht die Excel-Tabelle aus dem Vertrieb.

Herr Surmann, heute strahlen einem in Ihrem Programm Katinka Buddenkotte oder Anselm Neft entgegen. Persönlichkeiten, die üblicherweise

auch bei Random House publizieren. Das Romandebüt *Die Entmieteten* von Synke Köhler, erschienen im September 2019, hatte so viel Feuilletonpresse, wie es sonst nur Spitzentiteln von S. Fischer oder Suhrkamp gelingt. Ein Blick in Ihr Impressum zeigt aber: Satyr sind weiterhin nur Sie, richtig?

Ich bin Einzelunternehmer und hafte mit allem, was ich selber bin und habe. Keine GmbH, keine GbR, keine UG. Ein reiner, selbstständiger Verleger.

Mit anderen Worten: Sie sind von Natur aus mutig. Oder wahnsinnig.

Nun übernimmt man eine Institution ja nur, wenn man sich bereits in ihr bewiesen hat ...

Die ersten Bücher meiner eigenen Lesebühne *Brauseboys* sind damals bei Satyr erschienen. 2008 habe ich als Herausgeber mit der Anthologie *Sex – Von Spaß war nie die Rede* für den Verlag einen echten Erfolg gelandet. Kein Wunder, handelte sie doch von schlechtem Sex. Zudem habe ich als Lektor dort gearbeitet, und mein Rückzug von der Bühne als aktiver Kabarettist fiel günstig mit dem Angebot zusammen, den Verlag zu übernehmen.

Was heißt denn „Erfolg“ einer Anthologie im Independent-Bereich in Zahlen?

Im Falle der Sex-Anthologie bedeutete das vor zwölf Jahren, dass sie sich über 8.000-mal verkauft hat und sogar noch eine Lizenzausgabe bei Piper nach sich zog.

Das war für den Indie-Bereich selbst damals eine Menge Holz. Die gleiche Menge verkaufter Romane in einem Publikumsverlag hingegen hätte dazu geführt, dass man anerkennend nickt, der Autorin aber keinen Anschlussvertrag anbietet.

Das sähe heute auch bei den Großen ganz anders aus ...

... die aber deswegen umso härter aussieben und mehr denn je auf vermeintlich sichere Nummern setzen. Ist das der Grund dafür, dass etablierte Kräfte heute bei Ihnen publizieren? Denn bei allem Respekt ... wer Literatur als Brotberuf betreibt, verlässt Random House nicht ohne Not.

Machen wir uns nichts vor: Die Manuskripte, die ich von solchen Autorinnen und Autoren kriege, haben meistens schon größere Runden hinter sich. Satyr ist da nicht die erste Wahl. Diese Stoffe sind hervorragend, liegen aber, wie Sie schon richtig vermuten, für das derzeitige Sicherheitsdenken der großen Verlage zu weit abseits des Mainstreams. Anselm Neft zum Beispiel veröffentlichte zu der Zeit weiterhin auch bei Random House, und zwar seine komischen Romane. Der populäre Markt kannte ihn als lustige Marke. Dieses Image wollte dort offenbar keiner brechen, und so publizierte er seine ernste Literatur bei mir.

Das ist so schön, das muss man wiederholen: Ein erfolgreicher humoristischer Schriftsteller findet beim im Humor verwurzelten Satyr Verlag das Zuhause für seine ernste Seite.

So sieht's aus. Ich habe zwei von Anselms unkonventionellen und – im positiven Sinne – schwerer verdaulichen Romanen verlegt, weil ich sie extrem gelungen fand und dachte, sie müssen einfach erscheinen. Den neuesten aus dieser Sparte, *Die bessere Geschichte*, konnte er dann bei Rowohlt unterbringen, eine unter die Haut gehende Missbrauchsgeschichte aus einem Internat. Er schließt da an, wo er bei mir mit *Vom Licht* aufgehört hat, der bei Kritikern und anderen Verlagen sehr gut angekommen ist. Nicht zufällig ist er 2018 zum Bachmannpreis eingeladen worden.

Sie haben also dafür gesorgt, dass Neft als ernster Autor für voll genommen wird, weil Sie dem Drang folgen, manche Titel einfach machen zu müssen. So denkt ein klassischer Verleger. Das ist verdammt attraktiv für Autorinnen und Autoren, denen ihre Literatur wirklich etwas bedeutet.

In den großen Häusern wird mehrheitlich nicht mehr so gedacht. In den Publikumsverlagen hat der Vertrieb mehr oder weniger das Sagen über das Programm übernommen.

Das habe ich als Autor selbst mehrfach erlebt, dass die Lektorate wollten, aber die Vertriebsabteilungen ihr Veto einlegten. Das ist bitter.

Wie sieht ein Verlag aus, dem es noch um das Verlegen geht? Zwei, drei Etagen in einem Altbau im Berliner Kiez?

(lacht) Altbau und Kiez ja, aber zwei Zimmer, von denen wir uns das zweite mit dem Schaltzeit Verlag teilen. Ein altes Ladenlokal in Friedrichshain. Drei Personen. Eine Kollegin zwanzig Stunden in der Woche, ein Kollege nur zwei Tage. Programmleitung, Lektorat, Satz und Buchhaltung mache ich selber.

Bei aller Liebe zur Literatur müssen Sie auch rechnen. Heißt es dann: Wenn ich diesen ersten Roman bringe, muss ich hier noch eine weitere Sex-Comedy-Anthologie machen, damit ich unterm Strich ein bisschen Gewinn habe? Künstlerisches Harakiri oder Querfinanzierung?

Weder noch. Die ersten Stoffe machen wir so, dass sie sich auch bei einer geringen Auflage zumindest refinanzieren. Aber klar, wir brauchen auch Titel, die mehr einspielen.





Volker Surmann: „Diese Cover zeigen einen guten Querschnitt aus unserem Programm und auch, wie wir grafisch arbeiten: möglichst klar und auffällig. Wenn unsere Bücher erst mal auf einem Büchertisch landen, dann fallen sie durch die Gestaltung und Titel auch auf. Wir geben uns sehr große Mühe, originelle Titel zu finden. Denn wenn der Titel schon für ein erstes Schmunzeln oder einen anderen Aha-Effekt sorgt, dann ist das Buch so gut wie gekauft.“



Der Zugriff auf die Presse gelingt Ihnen besonders gut. Erzeugt Präsenz im Feuilleton aber noch Verkäufe?

Das hängt davon ab, inwiefern eine gute Kritik den Buchhandel zu Bestellungen animiert.

Das Loblied in der Frankfurter Rundschau auf *Die Entmieteten* hat zum Beispiel deswegen etwas gebracht, weil Besprechungen dieser Zeitung von der Internetseite Perlentaucher ausgewertet werden, die als Presseschau und Sammelressource für viele im Kulturbetrieb ein täglicher Klick und Blick ist.

Was heißt das im Jahr 2019 bei einem Indie-Verlag in Zahlen?

Das heißt, in der Woche der lobenden Frankfurter Rundschau-Rezension wurden vom Barsortiment rund fünfzig Exemplare nachbestellt.

Die Zeiten, dass Rezensionen Bestseller generieren konnten, sind vorbei.

Vergangenes Jahr hat Libri 180.000 Titel von kleineren Verlagen ausgelistet. Waren Sie davon auch betroffen?

Ja, das ist ein weiterer Schlag ins Gesicht für alle Indie-Verlage. Wir werden dadurch noch mal weniger sichtbar, denn nur wenige engagierte Buchhändler*innen machen sich die Mühe, beim Großhandel ausgelistete Bücher auf anderem Wege zu bestellen. Das haben wir schon im Weihnachtsgeschäft schmerzlich gemerkt, zumal Libri sich dafür auch kaum bevorratete.

Sie haben erfolglos versucht, *Die Entmieteten* auf die Longlist beim Deutschen Buchpreis zu bekommen. Dort dominieren zwar die E-Abteilungen der großen Häuser, es gibt aber auch Titel von unabhängigen Verlagen wie Matthes & Seitz oder Elster & Salis. Bleibt Satyr diese Welt noch verschlossen, weil sein Image primär weiterhin das eines Satire-Verlages ist?

Diese Jurys sind Blackboxes, über die ich nur spekulieren kann. Generell tendieren sie aber dazu, vor allem die ernste Literatur etablierter Marken wie Luchterhand, Hanser und Co. auf dem Schirm zu haben. Nicht ohne Grund haben die Indie-Verlage daher mit der Hotlist ihren eigenen Buchpreis gegründet.

Auf Ihrer Verlagsseite steht, dass Sie keinerlei unverlangte Manuskripte annehmen. Was zählt denn als „verlangt“?

Durch die Verwurzelung in Lesebühnen-, Poetry-Slam- und Kulturbranche umgeben mich Hunderte von Menschen, aus deren Kreisen allein bereits genug Stoffe eingereicht werden. Wenn mir allerdings jemand freundlich, sachlich und bescheiden schreibt und ich merke, dass sie oder er sich intensiv mit dem Satyr-Programm befasst hat, schaue ich durchaus rein.

Das heißt im Umkehrschluss, man sollte Ihnen nicht unfreundlich, unsachlich und großmäulig schreiben. Kommt das häufig vor?

Sehr viele meinen, dass die Kommunikation zwischen uns selbst schon Satire sein muss. Sie spielen sich auf, mimen den Clown. Dabei sind wir doch bloß zwei Menschen, die miteinander ein Buch und womöglich ein gutes Geschäft machen wollen. Der Text darf komisch und ironisch sein, die Kommunikation sollte es nicht sein.

Agenturen wenden sich mit Stoffen nicht an Sie, oder?

Im Prinzip nicht, doch es ändert sich langsam. Wir haben bereits zwei Titel gemacht, die über Agenturen reinkamen, die mit dem Stoff bei den Großen einfach keinen Erfolg hatten und ihre Autor*innen dennoch fördern wollten. Sie haben sich dann sogar aus dem Vertrag rausgezogen, um bei den schmalen Konditionen, die im Indie-Bereich üblich sind, nicht noch mit-zuverdienen. Das fand ich sehr ehrenvoll.

www.hombrede.de | [instagram.com/oliveruschmann](https://www.instagram.com/oliveruschmann)

Linktipps

- 🔗 www.satyr-verlag.de oder www.volkersurmann.de
- 🔗 www.hotlist-online.com
- 🔗 www.perlentaucher.de

Anzeige



Ulrike Dietmann
Heldenreise ins Herz des Autors
Das Handwerk der Inspiration

„Das Buch, das Ihr Leben als Autor für immer verändern wird.“

www.spiritbooks.de