



Ossi Hejlek im Gespräch mit

Klaus Altepost

»Leider ist der Erfolg (zum Glück!)
überhaupt nicht planbar«

Durchbruch zu verhelfen, ihn zu begleiten. Doch nicht jeder Traum findet auch seine Erfüllung...

Altepost: Ja, das ist es tatsächlich: Die Begegnungen mit tollen, klugen und engagierten Menschen waren immer meine Hauptmotivation. Leider ist der Erfolg aber (zum Glück) überhaupt nicht planbar; manchmal stellt er sich ein, manchmal auch nicht, selbst wenn die Inhalte sehr gut, die Botschaft und die Zielgruppe stimmig sind. Dann gilt: Der Weg ist das Ziel, schon die Erfahrungen und Erlebnisse beim Tun sind wertvoll und haben ihren Sinn.

Sie führen auch einen eigenen Verlag. Auf welche Fragen geben die Bücher Ihres Hauses Antworten?

Altepost: Die Bücher meines eigenen Verlags stellen eher Fragen (aber die wichtigsten: nach dem Sinn des Lebens, vor allem des eigenen; danach, wie wir den anderen verstehen und uns für ihn einsetzen können; nach der Liebe und der Lust, aber auch dem Leiden und der Trauer), als dass sie Antworten geben. Die Antworten liegen in jedem Menschen selbst verborgen, und jeder hat die Fähigkeit, diese auch selbst zu entdecken und gut mit ihnen umzugehen.

Kann man als Kleinverlag heute seinen Büchern die notwendige Sichtbarkeit verschaffen?

Altepost: Ich habe ja selbst lange genug in mittleren und großen Verlagshäusern gearbeitet und weiß um die Struktur-, Kalkulations-, Personaldebatten, die der eigentlichen Arbeit oft entgegenstehen.

Schubladendenken, häufig wechselnde Mitarbeiter, Karriere- und Machtgehab oder leider auch oft ganz einfach bürokratische Enge im Kopf behindern die Kreativität des Einzelnen und die Lust am Tun. Und nur mit Lust an Büchern, mit Lust am Leben lassen sich gute Bücher machen. Wie gesagt, mitunter auch mit großem Erfolg. Die große mediale „Sichtbarkeit“ früherer Zeiten wird heute überschätzt. Vieles ist mehr als sichtbar, wird dadurch aber auch nicht besser. Gute Inhalte werden den richtigen Weg meistens finden, im Kleinen oder im Großen.

Wo sehen Sie die großen Aufgaben für die Buchbranche?

Altepost: Die Buchbranche mit all ihren (meistens) lebenswerten Menschen ist vielleicht einer der letzten erhaltenen Anachronismen unserer Zeit: Hier wird viel gearbeitet (oft länger als ein Acht-Stunden-Tag), es geht um konkrete, ganze Produkte zum Anfassen – nicht um Teile von Teilen oder nur spekulative Ideen. Die meisten Buchliebhaber und -macher und -händler verdienen nicht besonders viel Geld damit – werden aber menschlich hoch geschätzt. Man möchte das Buch in den Händen halten, besitzen, verschlingen, sammeln, nie mehr hergeben – und taucht mit ihm in eine völlig andere Welt ab. Ist das alles überholt durch neue Medien, Internet, Netflix & Co? Nein, es ist wunderbar, und wird uns deshalb noch lange erhalten bleiben.

Danke für das Gespräch!

www.agentur-altepost.de
www.AA2015.de

Sie haben selbst zahlreiche Bücher veröffentlicht, arbeiteten als Lektor und Programmleiter bei Patmos, wechselten 2001 zum Gütersloher Verlagshaus, wo Sie dann zum Verlagsleiter avancierten. Seit 2014 führen Sie die eigene „Agentur Altepost 2015“. Welche Schwerpunkte haben Sie in der Agentur?

Altepost: Fast mein ganzes Leben lang durfte ich mich mit Büchern beschäftigen; dafür bin ich sehr dankbar. Natürlich ist das Büchermachen, Schreiben, Vermitteln und Verlegen „auch“ ein Geschäft. Trotzdem war und ist es immer mein Anliegen, über die Inhalte zu kommen, Freude am Inhalt der Bücher und an den Menschen, die daran mitwirken, zu haben. Alles andere ergibt sich meistens von selbst. In meiner Agentur, die nicht zufällig am Allerheiligentag 2014 gegründet wurde (deshalb „Agentur Altepost 2015“) berate ich Menschen, die Bücher schreiben wollen, vermittele diese danach, wenn möglich, an Verlage; aber ich schreibe nach wie vor auch selbst oder gebe Bücher und Kalender heraus. Sozusagen „back to the roots“ – vom Erstgespräch bis hin zu Marketing und Vertrieb der Produkte liegt alles in einer Hand.

Ich stelle es mir sehr erfüllend vor, einem Autor und dessen Projekt zum