



In der Nische lebt es sich gemütlich

Der Silberburg-Verlag feiert sein 25-jähriges Bestehen – und profitiert vom neu erwachten Interesse an der Heimat

Von Adrienne Braun Sie ist Single, arbeitslos und ziemlich durcheinander. Im Moment klappt wenig im Leben von Line, die eigentlich Pipeline heißt, was es auch nicht leichter macht. Das ist an sich schon anstrengend, aber kaum geht es turbulenter zu, kann Line sicher sein, dass auch noch ihre Nachbarin den Kopf aus der Tür streckt und ruft: „Isch was bassiert, brauche mr d’Feierwehr?“

Der Roman *Laugenweckle zum Frühstück* von Elisabeth Kabatek spielt in Stuttgart. Das merkt man nicht nur am Titel, sondern auch immer wieder auf diesen unterhaltensamen 319 Seiten. Da wird geschwäbelt, da geht es die Stäffele rauf und die Hasenbergsteige runter. Noch vor ein paar Jahren hätte sich Verleger Titus Häussermann nicht vorstellen können, einen solchen Roman in seinem Silberburg-Verlag herauszubringen – und damit auch noch Erfolg zu haben. Das Werk ist jedoch sogar zu einem Kultbuch geworden: Seit seinem Erscheinen 2007 hat der kleine Tübinger Verlag stolze 110 000 Exemplare verkauft – ein gigantischer Erfolg.

In diesem Jahr wird der Silberburg-Verlag 25 Jahre alt. Häussermann hat sich längst eingerichtet in seiner kleinen, aber sicheren Nische mit Regionalia aus Baden-Württemberg, mit Bildbänden und Wanderführern, Biografien und Mundart-Titeln, Kabarett-CDs, Kochbüchern und inzwischen auch Krimis. „Wir sind in dieser Mini-Nische Marktführer“, sagt

Häussermann, wobei es weiterhin stetig bergauf geht. Schon wieder platzt das Verlagsgebäude im Tübinger Stadtteil Bebenhausen aus allen Nähten, in den Zimmern und Gängen stapeln sich die Bücher. „Weil wir so produktiv sind“, sagt Häussermann, aber bei dem gemütlichen Schwaben klingt das nicht eingebildet, sondern sympathisch.

Vor fünf Jahren sind noch fünfzig neue Titel jährlich erschienen, jetzt sind es schon siebzig. „Manchmal macht’s mir auch Angst“, sagt Häussermann, „das muss man ja auch alles verschaffen, muss es vertreiben und verkaufen, muss hinterher sein.“ 16 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter hat Häussermann, eigentlich sollten es bei dem Arbeitsaufkommen längst 17 oder 18 sein.

Allen Erwartungen zum Trotz – denn lange waren sie vor allem etwas für die Altersgruppe siebzig plus – verkaufen sich Regionalia zur Zeit besser denn je. Die Globalisierung, die doch eigentlich die Tore zu fast allen Ecken dieser Welt öffnet und Grenzen verschwinden lässt, hat eine Gegenbewegung hervorgerufen: die Rückbesinnung auf die eigene Herkunft, auf Region und Heimat. Der Begriff Heimat, der so lange nach Borniertheit und Reaktion roch, hat seinen schlechten Beigeschmack offensichtlich verloren.

Davon profitiert Titus Häussermann. „Das Publikum für regionale Themen ist jugendlicher geworden“, erzählt er, „mit

Tiefgang behaftete Unterhaltungsromane“ wie *Laugenweckle zum Frühstück* hätten vor 15 Jahren vermutlich nicht so eingeschlagen. Deshalb hat die Autorin Elisabeth Kabatek noch den Fortsetzungsband *Brezeltango* nachgeschoben. Auch der läuft gut.

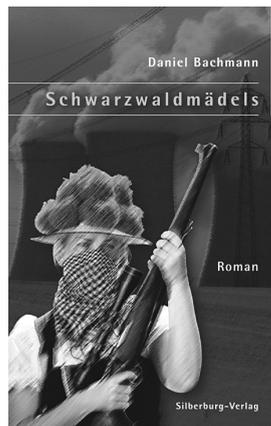
Titus Häussermann hat klein angefangen. Er ist 1955 in Stuttgart geboren worden und unüberhörbar ein waschechter Schwabe. Als er mit zwölf Jahren in einem Aufsatz erklären sollte, was er später werden wolle, war für ihn bereits klar: Verleger. 1986 hat er seine Vision wahr gemacht und einen eigenen Verlag gegründet – ohne Kapital, ohne Berufserfahrung. Häussermann startete mit nichts als zwei Räumen im Tiefparterre in der Seyffertstraße. Für den Namen ließ er sich von der – ebenfalls im Stuttgarter Westen gelegenen – einstigen Silberburg inspirieren, dieser sommerlichen Vergnügungstätte des Bürgertums im 19. Jahrhundert, in der auch viele Literaten einkehrten.

Die Verlagsgründung war ein riskantes Unternehmen und es gab keineswegs nur gute Zeiten. Fast zwanzig Jahre lang waren Mundart – alles von Helmut Pfisterer ist bei Silberburg erschienen – und das Sachbuch die wichtigsten Pfeiler des

nach erfundenen Geschichten im eigenen Umfeld“, sagt Häussermann. Er hat sich lang gesträubt, Regionalkrimis ins Sortiment zu nehmen: „Die Qualität ist nicht immer so toll“, sagt er, deshalb war sein Credo, nur einen zu veröffentlichen, der tatsächlich gut ist – und nicht einfach nur Lokalkolorit besitzt. Als er plötzlich gleich zwei überzeugende Manuskripte auf dem Tisch hatte, war der Damm gebrochen. Mittlerweile sind es schon vierzig Titel, die alle „ganz gut gehen“, so der Verleger.

Es sind Titel, die klar ihren Bezug zur Region ins Zentrum stellen: Daniel Bachmanns *Die Aussätzigen* ist ein Baden-Württemberg-Krimi, Reiner Plaumanns *Strafstoß* ein Alb-Krimi und Dietrich Weicholds *So zerronnen* ein Stuttgart-Krimi. Die Sparte bringt dem Verlag aber nicht nur Umsatz, sondern auch Ruhm und Ehre: So wurde der Stuttgarter RAF-Krimi *Herbstbotin* von Thomas Hoeth mit dem Krimipreis 2010 für den besten deutschsprachigen Debütroman ausgezeichnet und Birgit Hummler erhielt kürzlich für *Stahlbeton* den Stuttgarter Krimipreis 2011 für den besten deutschsprachigen Wirtschaftskriminalroman.

So gibt es auch nach 25 Jahren für Titus Häussermann und Christel Werner – seine Mitstreiterin im Leben und an der



Verlags. Dazu gehören literarische Reiseführer wie Wilfried Setzlers *Mit Hebel von Ort zu Ort* oder Andrea Hahns *Poesie im Kreuzgang*, Geschichtswerke, unter anderem von Harald Schukraft und Paul Sauer, aber auch Bücher übers Essen und Trinken.

Dass inzwischen viele Titel schon von 35-Jährigen gekauft werden, liegt nicht nur an den Büchern rund um das Thema Stuttgart 21 wie dem kommentierten Bildband *Der Stuttgarter Bauzaun. Phantasie des Protests* mit Fotografien von Ulrike Mössinger und Heinke Brantsch oder der DVD *Stuttgart steht auf. Porträt einer neuen Demokratiebewegung*. Neue Leserschichten hat der Verlag auch durch die Belletristik gewinnen können, die deutlich zugelegt hat und im Programm inzwischen einen großen Teil einnimmt. „Da gibt es ein Bedürfnis

Spitze des Verlags – kaum Routine, die Arbeit bleibt stets ein Experiment, bei dem der Verleger immer wieder Neuland betritt.

2009 hat der Silberburg-Verlag das regionale Programm des in Lahr im Schwarzwald ansässigen Verlags Ernst Kaufmann übernommen sowie den Fleischhauer & Spohn Verlag, der 1830 in Reutlingen gegründet wurde und sich auf regionale Freizeitführer für Familien spezialisiert hat. Dadurch tastet man sich jetzt auch an das Thema Jugendbuch heran. „Das ist für uns ein neues Feld, das wir ausprobieren.“ Das erste Ergebnis: ein Titel wie *Mit Kindern unterwegs – Sauwetterziele rund um Stuttgart*.

Globalisierung hin oder her, eines hat sich in Häussermanns Verlagslaufbahn nicht geändert: die Animositäten



Die MitarbeiterInnen des Verlags im Winter 2010

zwischen Badenern und Schwaben. Wobei er festgestellt hat, dass es „speziell die Südbadener sind, die etwas gegen die Schwaben haben, nicht andersherum“. Deshalb hatte der Silberburg-Verlag dort lange Schwierigkeiten, im Buchhandel anzukommen; das sei jetzt einfacher mit einem eigenen Standort in Lahr. Seit 2011 erscheint einer der ältesten, nämlich der seit 1800 existierende Jahreskalender, der *Lahrer Hinkende Bote*, bei Silberburg.

Ein Lokalpatriot oder Verleger mit missionarischem Eifer ist er aber nicht. Er würde gern Architektur machen – „aus persönlichen Gründen“, aber da haben die großen Verlage die Nase vorn. Angst, dass ihm mal die Themen ausgehen könnten, hat er nicht. „Dazu ist das Land zu groß, zu bunt und abwechslungsreich und sind wir zu kreativ“, sagt er. Aber hinter einem Verlag steht ohnehin nicht nur ein Kopf, sondern „ein Netzwerk von Leuten und Institutionen“, die immer



Die Monatszeitschrift *Schönes Schwaben* feiert ebenfalls Jubiläum: der Verlag hat sie 1995 übernommen. Unter dem Motto „Land und Leute erleben“ zeigt sie die schönen Seiten der Städte und Landschaften, porträtiert Menschen und bringt Berichte zur Geschichte. Sie besitzt eine zwar nicht mehr ganz junge, aber sehr treue Leserschaft.

wieder mit Ideen auf der Matte stehen. Häussermanns Credo ist und bleibt aber trotzdem: „Viel mit Leuten reden und mit offenen Augen durchs Leben gehen.“ //

Insgesamt hat der Silberburg-Verlag einen Umsatz von drei Millionen Euro und 14 Prozent Zuwachs in diesem Jahr, auch 2010 lag die Steigerung im zweistelligen Bereich. „Da kann man zufrieden sein“, sagt Häussermann, der eben auch ganz gut weiß, was seine Kundschaft will. Jedem Buch liegt eine Karte bei, 14 bis 20 Karten kommen täglich zurück mit Anregungen oder auch detaillierter Kritik.

Zum Weiterlesen siehe Herbst-Novitäten und Backlist auf der Homepage www.silberburg.de

Adrienne Braun, Jahrgang 1966, schreibt als freie Journalistin und Kunstkritikerin für *Stuttgarter Zeitung*, *Süddeutsche Zeitung* und das Kunstmagazin *ART*. Zuletzt erschienen im Frühjahr Kolumnen von ihr als Buch *Von den Niederungen des Seins oder Tutti Bikini capta sunt* bei Klöpfer & Meyer.