

## UNTERNEHMEN VERLAGE

Die Verlagsbranche stöhnt über sinkende Umsätze – und der glamouröse Benedikt Taschen bringt das wohl schwerste Buch der Welt auf den Markt.



der Branche, die im vergangenen Jahr einen Umsatz von 9,2 Milliarden Euro machte, auf das Weihnachtsgeschäft und einen erneuten Harry-Potter-Boom, schert sich Taschen demonstrativ nicht um die Konjunktur und greift seinen Kunden so tief in die Taschen wie selten ein Verleger vor ihm.

Denn wie Ali ein Mann der Superlative ist, hat Taschens Ehrgeiz auch das Buch zum Mann in erstaunliche Dimensionen getrieben – der Wälzer wiegt 29 Kilo, fünf Kilo die dazugehörige Schmuckkassette. Und während die Branche aufgeregt über Preisbindung, Buchclubs und billigere Bücher debattiert, langt Taschen zu: Die ersten Tausend Exemplare des auf 10 000 Stück limitierten Werkes kosten 7500 Euro.

Dafür bekommt der Käufer neben dem Buch vier limitierte Silverprints, die von Muhammad Ali und seinem langjährigen Freund und Fotografen Howard Bingham signiert wurden und eine Skulptur, die der US-Künstler Jeff Koons entworfen hat. Wer beim zweiten Schwung dabei ist, muss für eines der übrigen 9000 Exemplare immer noch 3000 Euro berappen. Die Sparversion ist ebenfalls handsigniert von Ali und Taschen-Freund Koons. Sorgen, das Buch könnte zum Ladenhüter werden, plagen Taschen nicht. Die ersten Tausend Exemplare sind bereits fast weg, sagt Vertriebschef Bodo von Hodenberg: „Und für die übrigen haben wir viele Vorbestellungen, die meisten davon aus den USA.“

„Viele betrachten dieses Buch auch als etwas andere Form der Kapitalanlage“,

## Kleinmut tut selten gut

**D**ie 55. Frankfurter Buchmesse wird einen Star haben, und es ist nicht Dieter Bohlen. Vielleicht wird die Buchmesse auch zwei Stars haben, aber von Dieter Bohlen ist noch immer nicht die Rede. Der eine der beiden Stars ist ein Boxer, eine lebende Legende: Muhammad Ali. Und der andere ist ein Hobbyboxer und Kunstfetschist: Benedikt Taschen. Taschen macht Bücher. Seit 20 Jahren und immens erfolgreich – der Kölner ist einer der größten Kunstbuchverleger der Welt. Angeblich verkauft er alle zwei Sekunden irgendwo auf der Welt ein Buch.

Jetzt macht Taschen „G.O.A.T.“. Das steht für „Greatest Of All Times“ und ist das Ali-Buch, das ultimative Werk über den wohl berühmtesten Faustkämpfer aller Zeiten. Ein Buch, das wohl ohne Übertreibung so ziemlich alle anderen Zigtausend Neuerscheinungen dieses Bücherherbstes in den

Schatten stellen dürfte. Schon rein äußerlich: 50 Zentimeter hoch, 50 Zentimeter breit, fast 20 Zentimeter dick versammelt der Prachtband auf rund 830 Seiten 3000 Bilder des Champs, zahlreiche Interviews und Texte von Kalibern wie Norman Mailer, Andy Warhol oder Tom Wolfe.

Jammert die Buchbranche gerade über das zweite Minusjahr in Folge, setzt sich Taschen mit dem Buch, das niemand braucht, aber viele haben wollen, demonstrativ ab vom kollektiven Krisengeraune. Spricht Dieter Schormann, Vorsteher des Börsenvereins des deutschen Buchhandels davon, die Vorzeichen für das Jahr 2003 stünden erneut auf Minus, geht Taschen in die Vollen und investiert fünf Jahre Arbeit und zehn Millionen Euro in das Ali-Projekt. Hofft der Rest

glaubt von Hodenberg. Die ersten Tausend Bände könnten in einigen Jahren das fünf- bis sechsfache des heutigen Preises wert sein. Es habe sogar Bieter gegeben, die gleich die ganze Auflage oder doch zumindest Tausend Exemplare auf einmal kaufen wollten.

Der Vertrieb läuft jedoch nicht allein über direkte Bestellungen beim Verlag oder den Buchhandel. Taschen will mit „G.O.A.T.“ seine Kundschaft da ansprechen, wo er sie am ehesten vermutet: In exklusiven Autohäusern, bevorzugt Anbietern von Oldtimern, und in renommierten Juweliergeschäften. Bis Februar, ist sich von Hodenberg sicher, sind alle Bücher verkauft. Wie das Buch an den Mann zu bringen ist, damit hat der Verlag, des-

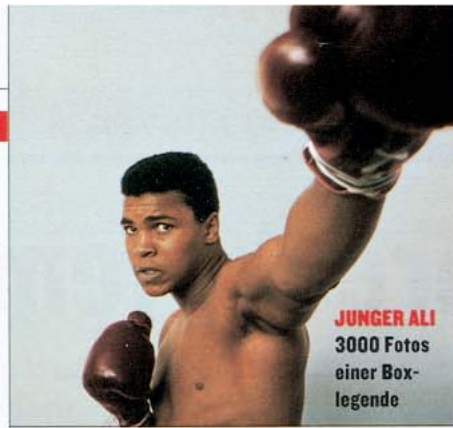


**ALI-BUCH 7500 Euro für einen Prachtband**

FOTO: LAM

sen Deutschland-Zentrale am Kölner Hohenzollernring in einem mit Kunst voll gestopften Haus aus der Gründerzeit residiert, vor vier Jahren ausführliche Erfahrungen gesammelt. Damals kam „Sumo“ auf den Markt, ein 50 mal 70 Zentimeter großes und 30 Kilo schweres Portfolio des Aktfotografen Helmut Newton. Mit dem 3000 Euro teuren Brocken, der damals auf Wunsch mit einem eigenen Beistelltisch geliefert wurde, setzte sich Taschen demonstrativ ab von dem Vorwurf, er könne nur billig.

Dabei haben ihn billige Bücher groß gemacht. Den Anfang machte vor 20 Jahren ein Band über den belgischen Surrealisten René Magritte. Der junge Taschen, der zuvor sein Glück mit einem Comicladen in Köln versucht hatte, kaufte aus einer US-Konkursmasse 40 000 Magritte-Bände zum Preis von einem Dollar. Innerhalb von nur zwei Monaten verkaufte er die Bücher für 9,95 Mark weiter – er hatte eine Marktlücke entdeckt: „Ich hatte den richtigen Zeitpunkt erwischt, damals boomte der Kunstmarkt, die Galerien und Museen meldeten laufend neue Besucherrekorde. Immer mehr Leute interessierten sich für Kunst, Design, Architektur und Fotografie. Aber die meisten einschlägigen Bildbände waren immer noch



**JUNGER ALI**  
3000 Fotos  
einer Box-  
legende

schweineteuer. Das war meine Chance.“ Taschen drängelte mit billig aufgekauften Lizenzen und Restposten auf den Markt. 1985 brachte er ein erstes Taschen-Buch als Originalausgabe auf den Markt: Einen Band über Pablo Picasso für unschlagbare 9,95 Mark. Die Konkurrenz tobte: „Der Taschen bringt mit seinen verrückten Preisen unser ganzes Kalkulationsgefüge durcheinander.“ Mit seiner Vertriebsstrategie sorgte Taschen auch im Buchhandel für Ärger: Der Verlag lieferte grundsätzlich keine Einzelexemplare und gewährte kein Rückgaberecht für unverkaufte Exemplare. Buchhändler konnten in der Anfangszeit Bildbände nur im Paket von 25, 50 oder 100 Büchern abnehmen.

Das war die Grundlage für ein Imperium, das heute über Ableger in London, Tokio, Paris, Madrid und Los Angeles verfügt und Bücher in 20 Sprachen veröffentlicht.

15 Millionen Bücher verkaufte Taschen im Jahr, rechnete das „Börsenblatt des deutschen Buchhandels“ aus, 600 Taschen-Bücher sind bereits erschienen, jedes Jahr kommen 40 hinzu. Taschen deckt alle Themenfelder ab, die schön, cool und teuer sind: Architektur, Kunst, Design, Mode, Fotografie, aber auch Sexbücher („Naked as a Jaybird“), mit denen er angeblich 20 Prozent seines Umsatzes bestreitet. So freizügig Taschen's Programm vielfach daher kommt, bei Umsatz oder gar Gewinn schweigt sich der 42-Jährige aus. Branchenschätzungen gehen von rund 90 Millionen Euro aus. Wie viel davon am Ende bei Taschen hängen bleibt, ist sein Geheimnis. In der Branche wird alles gehandelt: Von mehreren Millionen Euro Gewinn im Jahr bis zu Taschen, dem finanziellen Vabanquespieler, der für einzelne Projekte sehr viel riskiert.

Sein Ziel hat der Verleger selbst formuliert. Ist Ali für ihn G.O.A.T., der „größte aller Zeiten“, posiert der Provokateur bei der Präsentation des Mammutwerkes an diesem Donnerstag in Frankfurt als „G.O.A.P.“. Das steht für „Greatest Of All Publishers“. Kleinmut tut selten gut. Und wer ist schon Dieter Bohlen?

PETER STEINKIRCHNER