

Oktober 2012

INTERVIEW BUCHREPORT

Claudia Wittmann von *The Wittmann Agency* zur Allianz von Random House und Penguin (Penguin)

Lutherstadt Wittenberg, 26. Oktober 2012.

Wie bewerten Sie die Allianz?

"Mittel- und langfristig gesehen werden Allianzen im Verlagsbereich national wie auch länderübergreifend an Bedeutung gewinnen. Die sich rasant veränderten Marktbedingungen weltweit machen das erforderlich. Wobei der englischsprachige Markt von den globalen Veränderungen im Buchhandel- und Verlagswesen schon viel unmittelbarer und härter betroffen ist, als andere Sprachräume. Insofern tragen die Sondierungsgespräche von Random House und Penguin mit dem Ziel einer Allianz nur konsequent der veränderten Marktsituation mit finanzstarken Quereinsteiger-Konkurrenten wie Apple, Amazon und Google Rechnung."

Was würde sich aus Ihrer Sicht ändern?

"Diese Allianz würde - sofern von den Kartellbehörden zugelassen - eine bestimmende Marktposition im US/UK und somit im gesamten englischsprachigen Raum schaffen und neue Möglichkeiten für dieses Medienkonglomerat eröffnen. Dass diese Synergien auch Konsequenzen für die Standorte und Mitarbeiter haben werden, darf dabei als sicher gelten."

Erwarten Sie mittelfristig weitere Konzentrationsschübe unter den Verlagen?

"Marktveränderungen ziehen immer auch Marktberäinigungen mit sich. Das heißt, es wird Zusammenschlüsse, Verkäufe aber auch Schließungen geben. Das Internet gibt den Weg fürs Publishing im 21. Jahrhundert vor: Kommunikation, Kooperation, Interaktion und Transparenz."

Claudia Wittmann, Gründerin von *The Wittmann Agency*, arbeitet seit über zwölf Jahren im internationalen Lizenzgeschäft. Nach einer Auslandstätigkeit bei Reader's Digest Children's Publishing in England war sie in aufsteigenden Positionen für Falken/Mosaik, Random House, Kreuz und Herder tätig. Zuletzt zeichnete sie als Programmleiterin Ratgeber/Sachbuch für den Bereich SammlerEditionen bei Weltbild verantwortlich, bevor sie 2011 ihre eigene Internationale Lizenzagentur zwischen Berlin und Leipzig gründete.

URL: www.the-wittmann-agency.com
E-Mail: contact@the-wittmann-agency.com

Ihre Ansprechpartnerin: Claudia Wittmann

Tel.: 0049 (0)3491 - 69 51 243
Fax: 0049 (0)3491 - 69 57 717
E-Mail: contact@the-wittmann-agency.com

Auftakt zur Marktberreinigung

Allen Beteuerungen von Penguin-Chef John Makinson sowie des Random-House-Tandems Markus Dohle (New York) und Gail Rebeck (London) zum Trotz, dass der Schulterschluss für alle Beteiligten nur Vorteile bringt, schlagen die Wellen in der Buchbranche auf beiden Seiten des Atlantiks hoch. Zu viele Fragen bleiben noch offen, wie zwei der größten Publikumsverlagsgruppen der Welt plötzlich an einem Strang ziehen wollen.

Die Reaktionen reichen von Sprachlosigkeit bis unverhohlene Verärgerung. Während sich Verlage und Buchhändler in Schweigen hüllen – buchreport-Anfragen u.a. bei Simon & Schuster in den USA und Waterstones in Großbritannien wurden dankend abgelehnt –, machen die Literaturagenten aus ihrem Herzen keine Mördergrube (s. die Statements am Fuß der S. 8–10). Sie befürchten nicht weniger, als dass der unausweichliche Rationalisierungspro-

zess auf dem Rücken ihrer Klienten ausgetragen wird. Wie ein roter Faden zieht sich durch alle Gespräche mit den Agenten die Erkenntnis, dass „die Katze aus dem Sack ist“, wie es **Jonny Geller** salopp formuliert. Der Buchchef der Agentur **Curtis Brown** rechnet damit, dass das Beispiel Random House und Penguin Schule machen wird – nicht irgendwann, sondern schon bald. So sieht es auch **Claudia Wittmann** von der **Wittmann Agency** (Wittenberg): „Marktveränderungen ziehen immer auch Marktvereinigungen nach sich. Das heißt, es wird Zusammenschlüsse, Verkäufe, aber auch Schließungen geben. Das Internet gibt den Weg fürs Publishing im 21. Jahrhundert vor: Kommunikation, Kooperation, Interaktion und Transparenz.“

Auch in den englischsprachigen Medien sorgt der Superdeal für jede Menge Schlagzeilen. Nicht nur wegen des ablenkenden Hurrikan „Sandy“ weniger in den USA und dafür deutlich mehr in Großbritannien: Penguin ist im Vereinigten Königreich nicht irgendein Buchverlag, sondern eine Marke mit einem Bekanntheitsgrad ähnlich wie **Coca-Cola** oder **Jaguar**. Und deshalb haben nicht nur die Printmedien auf der ersten Seite über die neuen Eigentumsverhältnisse bei Penguin berichtet, sondern **BBC** und **ITV** sogar Kamerateams ausgeschickt.

Wachstumsreport express Nr. 44 v. 1. November 2012

Diese Woche

11