

DER TRAUM VOM EIGENEN FOTOBUCH

FOTO: © ANDREAS JORDAN



Langzeitprojekt An seinem „The Sochi Project“ hat Rob Hornstra fünf Jahre gearbeitet, 125.000 Euro gesammelt und zahlreiche kleinere und größere Bücher veröffentlicht.

Vom 31. Mai bis 3. Juni findet in Kassel das 10. Fotobookfestival statt. Hier wird der Bildband als trendige zeitgenössische Form der Fotopräsentation präsentiert. Doch wie realistisch ist der Traum vom eigenen Fotobildband bei einem renommierten Verlag? Und welchen Preis müssen Fotografen heute dafür bezahlen? Eine Reportage vom Büchermarkt.

TEXT DAMIAN ZIMMERMANN

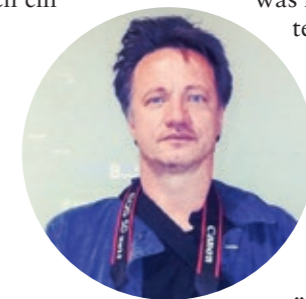
Fotobücher erleben seit mehr als zehn Jahren einen Boom. Die Zahl der Veröffentlichungen ist enorm gestiegen, ebenso die Zahl der Verlage. Auf Fotofestivals und Fotokunstmessen ist das Fotobuch mit Verkaufständen von Verlagen und Händlern, Preisverleihungen und Sigiernstunden der Künstler längst ein fester Bestandteil. In Kassel, Wien und Istanbul haben sich sogar Festivals gegründet, die sich nur diesem Medium widmen. Viele Experten führen dieses Interesse gerne auf das Erscheinen des ersten Bandes der Trilogie „The Photobook: A History“ von Martin Parr und Gerry Badger im Jahr 2004 zurück, dieses mächtige und subjektiv ausgewählte Verzeichnis von Fotobüchern aus der ganzen Welt. Ein mindestens genauso wichtiger Aspekt dürften die einfacher und günstiger gewordenen Möglichkeiten des (digitalen) Buchdrucks sein, der heute auch Klein- und Kleinstauflagen ermöglicht. Gleichzeitig haben Selfpublishing und Crowdfunding dazu beigetragen, dass Fotografen nicht mehr zwingend an professionelle Verlage gebunden sind und dass sie das finanzielle Risiko minimieren können. Ganz abgesehen von den

zahlreichen Blogs, Besprechungen und Best-of-Listen zum Jahresende, die den Liebhabern immer wieder die kulturelle Bedeutung von Fotobüchern vor Augen führen. Heute kann jeder Fotograf sein eigenes Buch veröffentlichen – und gefühlt muss er das auch, wenn er eine gewisse Anerkennung für seine Arbeit bekommen möchte. Denn im Gegensatz zu einer Ausstellung, die jedes Mal anders aussehen kann, ist ein Fotobuch ein unverrückbares künstlerisches

„DIE LEUTE,
DIE DICH
UNTER-
STÜTZEN,
DARFST DU NICHT
ENTTÄUSCHEN.“

David Klammer

Statement und kann jederzeit hervorgeholt, verkauft und verschenkt werden. Dennoch ist die Verunsicherung dieser Tage groß, vor allem bei jenen Fotografen, die ihr erstes Buch publizieren möchten. Die wichtigsten Fragen: Wie finde ich den richtigen Verlag? Muss ich für die Veröffentlichung bezahlen oder bekomme ich Geld? Was spricht für eine Publikation im Selbstverlag? Soll ich eine Crowdfunding-Kampagne starten und was muss ich dort alles beachten?



Viele dieser Fragen hat sich auch Juliane Herrmann gestellt. Die 29-Jährige hat Fotografie in Dortmund und im niederländischen Breda studiert. Im Herbst letzten Jahres ist ihr Buch „Man among Men“ über den Freimaurer-Bund im Verlag Lecturis erschienen. Die ersten Bilder entstanden während ihres Master-Studiums und Herrmann merkte, dass sie mit Ihrem Material etwas Weiterführendes machen wollte. Als 2017 dann der 300. Geburtstag der modernen Freimaurer

Das Layout im Überblick

Bei der Entstehung eines Fotobuchs ist der Seitenplan und eine Miniaturausgabe aller Seiten unerlässlich, um das Layout und die Reihenfolge der Bilder festzulegen.



FOTO: © ROB HORNSTRA



FOTO: © ROB HORNSTRA

Lieferung

Da der Niederländer Rob Hornstra seine selbstverlegten Publikationen nach Hause geliefert bekommt, hat er immer Angst, dass ein Hausbrand, Feuchtigkeit oder Ungeziefer die Bücher ruinieren würden.



FOTO: © JULIANE HERRMANN

Farbkontrolle

Beim Druck ihres Buches „Man among Men“ kontrollierte die Fotografin Juliane Herrmann gemeinsam mit dem Drucker, ob die Farben passgenau übereinander liegen.



FOTO: © JULIANE HERRMANN

Druckabnahme

Ein Fotograf sollte es sich nicht nehmen lassen, bei der Druckabnahme des eigenen Buches dabei zu sein, um die Qualität zu überprüfen – schließlich zahlt er in der Regel viel Geld dafür.

vor der Tür stand, war ihr klar, dass sich dieses Jubiläum als Anlass für eine Buchveröffentlichung eignen würde. Herrmann hatte die Wahl zwischen zwei Partnern: einem großen deutschen Verlag und eben den kleineren *Lecturis*-Verlag aus den Niederlanden. Bei beiden musste sie sich aber mit einer fünfstelligen Summe an den Produktionskosten beteiligen. Manch einer träumt heute noch davon, dass er am Gewinn beteiligt wird. Das gilt jedoch fast nur noch für Bücher von sehr bekannten Fotografen, die mehrere (Zehn)Tausend Exemplare verkaufen. Da der überwiegende Teil der Fotobücher jedoch von weniger bekannten Fotografen stammt, scheuen viele Verlage das finanzielle Risiko und wollen, dass sich diese mit einer Summe zwischen 10.000 und 20.000 Euro an der Produktion beteiligen. „Leider haben wir nicht gerade ein sehr soziales System“, meint der Heidelberger Verleger Klaus Kehrer, der jedes Jahr Dutzende Fotobücher herausbringt. „Der junge Künstler muss für eine Finanzierung sorgen, obgleich er nicht dieselben Möglichkeiten hat wie der bekannte Fotograf und es kaum mehr Förderungen gibt.“

Die Fotografin Juliane Herrmann entschied sich schließlich für *Lecturis*, weil dieser Verlag ihr bessere Konditionen bot. „Heute bin ich mir nicht mehr so sicher, ob ein großer Verlag nicht doch das bessere Marketing und die größere Reichweite hat“, sagt Herrmann nun. „Du musst zwar mehr Geld investieren, aber er kann mir vielleicht bessere Vertriebsmöglichkeiten bieten.“ So machte sie die Erfahrung, dass der deutsche Buchhändler *Hugendubel* ihren Bildband zunächst nicht für seine Filialen bestellen konnte, weil der Vertrieb des holländischen Verlages in Deutschland auf Kunstbuchhandlungen spezialisiert war. „Ein Freimaurer kommt aber nicht auf die Idee, in einen Kunstbuchladen zu gehen.“, sagt Herrmann. Damit spricht sie einen wichtigen Punkt an: Wer ist die Zielgruppe für mein Buch und wie erreicht sie mein Buch? „Es gibt Bücher, die nur für Insider gemacht werden. Die versteht nur jemand, der sich gut in der Fotografie auskennt“, findet der Fotograf Michael Wolf. Er selbst hat sehr erfolgreiche Bildbände wie „*Tokyo Compression*“ und „*Architecture of Density*“ bei *Peperoni Books* aus Berlin veröffentlicht. „*Tokyo Compression*“ ist ein Buch, das jeden erreicht. Man versteht die Bot-



„EIN GRÖßERER VERLAG WILL OFT EINE GRÖßERE BETEILIGUNG, ABER ER BIETET DIR AUCH MEHR MÖGLICHKEITEN.“

Juliane Herrmann

schaft auch als Nicht-Fotograf.“ Andere Bücher haben es da schwerer. Gleichzeitig kann das Sujet eine Käuferschaft erschließen – wie im Fall der Freimaurer von Juliane Herrmann. Um ihr Projekt zu finanzieren, startete sie eine Crowdfunding-Kampagne auf *Kickstarter*. „Ich hatte mir überlegt, Leute aus der Fotobuch-Community anzusprechen, aber auch die Freimaurer. Im Nachhinein bin ich überrascht, dass 70 Prozent der *Kickstarter*-Unterstützer Freimaurer waren. Das hat funktioniert, weil sie untereinander sehr gut vernetzt sind und

„WENN EIN FERTIGES BUCH GELIEFERT WIRD, GERATE ICH JEDES MAL IN PANIK.“

Rob Hornstra



dort viel über Empfehlungen läuft.“ Am Ende hatte Herrmann 600 Bücher (und damit die Hälfte ihrer Auflage) verkauft und über *Kickstarter* 20.000 Euro gesammelt. Wobei hier Vorsicht geboten ist: „Sie sollten sich klarmachen, dass ein Drittel des Geldes, in die Provision, die Steuer, die Erstellung der Produkte wie Postkarten und Prints, die Verpackung und schließlich in den Versand der Bücher geht“, sagt Herrmann. „Von den 20.000 Euro, die ich über *Kickstarter* bekommen habe, sind letztlich 14.000 Euro in den Druck des

Buches geflossen.“ Einen weiteren Punkt darf man ebenfalls nicht vergessen: Hätte Herrmann ihr Crowdfunding-Ziel knapp verfehlt, hätte sie gar kein Geld erhalten, denn *Kickstarter* zahlt nur aus, wenn die Zielsumme tatsächlich erreicht wird. Auf der Crowdfunding-Seite *Indiegogo* gibt es diese Limitierung nicht. Das ist der Grund, warum David Klammer hier aktuell Geld für sein Buch „*Good Morning Auroville*“ sammelt. 8000 Euro sind sein Ziel, wenn es weniger wird, bekommt Klammer es trotzdem ausgezahlt. Doch daraus entsteht gleich das nächste Problem: Was wird aus dem Buchprojekt, wenn ich nicht genügend Geld zusammenbekomme? Zwar wären Klammer 4000 Euro lieber als gar kein Geld, aber sie würden nicht ausreichen, um das Buch so zu produzieren, wie er möchte. Sollte die Summe am Ende nicht ausreichen, könnte sich der 56-Jährige vorstellen, das Fotobuch in einer kleinen Auflage zu produzieren, um die Crowdfunding-Vorbestellungen zu beliefern. „Es ist in jedem Fall wichtig, die Supporter mit einem schönen Buch und den jeweiligen Extras zu beliefern. Das sind die größten Fans und oft Menschen, die man persönlich kennt. Menschen, die ein Risiko eingehen. Schließlich kennen sie das fertige Produkt nicht und haben Vertrauen, das Du nicht enttäuschen darfst.“ Veröffentlichen wollte Klammer das Buch eigentlich im Eigenverlag. Da der Fotograf aber wenig Lust auf den Vertrieb und die Lagerung hat, hatte er sich dafür eine besondere Lösung einfallen lassen: ein befreundeter Buchhändler aus Köln wollte die Distribution übernehmen. Doch durch die *Indiegogo*-Kampagne ist der Verleger Sven Nieder auf Klammers Projekt aufmerksam geworden und will den Bildband nun in seiner „*Edition Bilderperlen*“ publizieren.

Mit 125.000 Euro unterstützt

Wenn es um das Selfpublishing geht, ist der Niederländer Rob Hornstra mit seinem „*The Sochi Project*“ vielen ein Vorbild. Der 43-Jährige ist gemeinsam mit dem Autor Arnold van Bruggen vor den olympischen Winterspielen in Sotschi elf Mal für mindestens einen Monat in die Konfliktregion gereist, um zu dokumentieren und zu verstehen. „Slow Journalism“ nennen sie ihre Vorgehensweise. Finanziert haben sie ihre Reisen durch ein gut strukturiertes Crowdfunding-System mit Spendern und Förderern, etwa zehn kleineren und größeren Zwischenpublikationen, Postern und Editionen. 125.000 Euro haben die beiden auf diese Weise erwirtschaftet, aber eben alles selber produziert. Lediglich ihre Abschlusspublikation „*An Atlas of War and Tourism in The Caucasus*“ haben sie im amerikanischen Verlag *Aperture* veröffentlicht. „Das war eine bewusste Entscheidung“, erklärt Hornstra. „Ein europäischer Verlag hätte für uns nichts tun können, was wir nicht selbst gekonnt hätten, doch mit *Aperture* konnten wir viele in den USA erreichen, die wir sonst nicht erreicht hätten.“ Für Hornstra sind vor jeder Publikation zwei Fragen wesentlich: Warum will ich ein Buch? Und wo ist meine Zielgruppe? Davon ausgehend müsse sich jeder damit beschäftigen, ob er einen Grafiker mit der Gestaltung und Autoren für Texte beauftragen sollte. Vieles bedenke man beim ersten Buch noch nicht. Doch trotz seiner großen Erfahrung: „Wenn ein fertiges Buch geliefert wird, gerate ich jedes Mal in Panik.“ Weil er seine Publikationen bei sich zu Hause lagert, hat er stets Angst, dass ein Hausbrand, Feuchtigkeit oder Ungeziefer die Bücher ruinieren könnte.

Unerwartete Unterstützung

Über solche Themen musste sich Frederik Busch noch keine Sorgen machen. Mit Problemen zu kämpfen hatte er dennoch. Neun Jahre lang hat er Büropflanzen in Deutschland fotografiert und schließlich den Wunsch verspürt, aus dem Projekt ein Buch zu machen. Mit zwei Gestaltern hat er einen Dummy entworfen und diesen 2016 beim *Dummy Award* des *Fotobookfestivals* in Kassel eingereicht. Busch schaffte es nicht in die Short List und nahm dann Kontakt zum Kehrer-Verlag auf, der das Buch herausbringen wollte – falls er sich finanziell beteiligt. Also startete der 43-Jährige eine

Crowdfunding-Kampagne über 25.000 Euro. Dass dieser Betrag zwar realistisch ist, wenn es um die Kosten einer Buchproduktion geht, die Möglichkeiten des Crowdfundings aber überschätzt, bekam Busch dann zu spüren: Die Kampagne blieb bei der Hälfte der Zielsumme hängen. Weil Busch sich für

„MIR GEFÄLLT DAS LEICHTE UND SPIELERISCHE AN DEN ZINES.“


Linn Phyllis Seeger

Kickstarter entschieden hatte, bekam er keinen einzigen Euro ausgezahlt. „Die Summe war zu hoch angesetzt. Wir hätten weniger Geld einsammeln und uns überlegen sollen, über welche Wege wir den Rest bekommen.“ Doch dann geschah etwas Unerwartetes: Zwei Unternehmer, die auf sein Projekt aufmerksam gemacht wurden, schenkten Busch jeweils 10.000 Euro, um den Bildband zu realisieren. Im Mai erscheint „*German Business Plants*“ bei Kehrer.

Kleinstauflagen mit Zines

Einen gänzlich anderen Weg wählte Linn Phyllis Seeger für ihre Publikationen „*We're never done with killing time*“ und „*Against that impossible springtime*“. Die 26-Jährige hatte während eines Artist-in-Residence-Aufenthaltes 2017 in Texas fotografiert und „das

Bedürfnis, zeitnah etwas damit zu machen, das ich in der Hand halten konnte.“ Noch während ihres Aufenthaltes sortierte sie die Bilder und merkte, dass das Format des Zines eine gute Lösung wäre. Diese meist kleinen Heftchen sind günstig in der Herstellung und im Verkauf, sehr persönlich und können einfach verbreitet werden, ohne dass man dafür einen Verlag benötigt. „Mir gefällt das Spielerische daran und dass man mal etwas ausprobieren kann, ohne die Schwere eines Buches zu haben“, sagt Seeger. Fotografen wie Harvey Bengé und Ed Templeton

nutzen Zines „als Publikation zwischen zwei Büchern, um auf einen Zwischenstand ihrer Arbeit hinzuweisen.“ Das heißt für Seeger aber nicht, dass sie ihre Zines weniger ernst genommen hätte: „Ich habe mich lange mit dem Edit beschäftigt und es war mir wichtig, dass alles aus meiner Hand kommt, auch die Gestaltung.“ Im Digitaldruck ließ sie von beiden Zines jeweils 50 Exemplare produzieren - zum einen aus Kostengründen, zum anderen, um nicht Gefahr zu laufen, dass später ein Verlag sagt, sie hätte die Bilder schon einmal veröffentlicht. Beim Fotofestival im südfranzösischen Arles sowie beim Festival im texanischen Marfa verkaufte Seeger ihre Hefte für zehn Euro das Stück. Nach beiden Events waren sie vergriffen. Das ist bei der niedrigen Auflage kein Wunder, aber gerade deshalb könnte das Zine für viele Fotografen interessant sein – schließlich ist es ein besseres Gefühl, eine niedrige Auflage komplett zu verkaufen, als auf einer hohen Auflage mit noch höheren Kosten sitzen zu bleiben. Am Ende sollte sich jeder die Frage stellen: Ist mein Projekt wirklich so interessant, dass es der Buchform bedarf? Denn eines sollten Sie keinesfalls vergessen: Die Zahl der Fotobücher ist in der vergangenen Dekade zwar massiv gewachsen, die Zahl der Fotobuch-Sammler hingegen nicht. 



„DIE ERWÜNSCHTE KICKSTARTER-SUMME WAR VON MIR EINFACH ZU HOCH ANGESETZT.“

Frederik Busch



FOTO: JULIANE HERRMANN

Vom Studienprojekt zum Bildband

Die ersten Bilder über den Freimaurer-Bund machte Juliane Herrmann während ihres Master-Studiums. Im vergangenen Herbst ist ihr Buch „*Man among Men*“ bei *Lecturis* erschienen.



FOTO: FREDERIK BUSCH

Erfolgsgeschichte

Mit vielen Hürden hatte Frederik Busch bei der Veröffentlichung seines Buches „*German Business Plants*“ zu kämpfen. Dieser Tage wird es im Kehrer Verlag erscheinen.



Das Zine-Format als Alternative zum Buch

Es muss nicht immer ein großes Buch sein: Die Fotografin Linn Phyllis Seeger hat sich für die Publikation ihrer Arbeit „*We're never done with killing time*“ für das Zine-Format entschieden.



FOTO: © DAVID KLAMMER

Finanziert durch Crowdfunding

David Klammer hat für sein Buch „*Good Morning Auroville*“ Geld über eine Crowdfunding-Plattform gesammelt und erst dadurch kam der Kontakt zu dem Verlag „*Edition Bildperlen*“ zustande, in dem das Buch nun erscheinen soll.