

VERLAG GEGRÜNDET

Gründerinnen: Was das Buch der Zukunft ausmacht M+

Shila Behjat und Antonia Schulemann haben den Verlag Beshu Books gegründet. Wie sie das Buch in das 21. Jahrhundert bringen wollen.



02.08.2020, 14:43 Julian Würzer



Die Geschäftsführerinnen v.l. Shila Behjat und Antonia Schulemann am 24. Juli 2020 vor ihren Berliner Büro. Foto: Sergej Glanze / Funke Foto Services

Foto: Sergej Glanze / FUNKE Foto Services

Das Schaufenster des Hauses mit der Nummer 35 steht noch leer. Davor sitzt eine Frau mit einer Bierflasche in der Hand und genießt die Morgensonne in der Großen Hamburger Straße. Sie nimmt keine Notiz von dem Laden. In ihrem Rücken sollen aber schon bald Bücher zu sehen sein. Titel auf Hardcover wie „Hell und Dünkel“ sollen die Menschen hineinziehen. Antonia Schulemann öffnet die Tür von innen. Sie hat zusammen mit Shila Behjat den Verlag Beshu Books gegründet. Der Name setzt sich aus den Anfangsbuchstaben der beiden Frauen zusammen. So richtig losgehen mit dem Verlag sollte es, als die Politik den Lockdown beschlossen hatte.



Klimaanlage clever kaufen

Preisfinder & 10 % Online-Vorteil sichern Ihnen eine Klimaanlage inkl. Einbau zum attraktiven Festpreis. [mehr](#)

Morgenpost von Christine Richter
Täglich um 6:30 Uhr berichtet Ihnen die Chefredakteurin über die wichtigsten Ereignisse des Tages

 [Jetzt anmelden](#)

Mit meiner Anmeldung zum Newsletter stimme ich den [Werberichtlinien](#) zu.

Berliner Morgenpost: *Ihren Verlag haben Sie bereits im Oktober gegründet, die Räumlichkeiten hier in der Großen Hamburger Straße haben Sie bereits Februar bezogen. Dachten Sie beiden sich während der Coronavirus-Krise, das war vielleicht nicht die beste Idee?*

Shila Behjat: Natürlich gab es diesen Punkt als wir hier saßen und uns dachten: Ach du Schreck. Der Drucker für unsere Bücher in Polen hatte zugemacht. Unsere Kunden haben viele Aufträge angehalten. Für uns war teilweise nicht klar, ob wir Deadlines halten können oder gar den Laden. Dann wurden die Schulen geschlossen und es kam auch noch Homeschooling dazu - das alles in der Gründungsphase. Es waren vier bis fünf Wochen in den wir weitergemacht haben, aber nicht wussten, ob das einen guten Ausgang für uns haben würde.

Antonia Schulemann: Wir sind aber einfach fokussiert geblieben und haben unsere Ziele weiterverfolgt. Am Ende sind wir unbeschadet aus der ganzen Sache herausgekommen. Ob wir jetzt Glück hatten, kann man im Nachhinein gar nicht wirklich sagen. Aber abgesehen von diesem Gefühl des Mulmigseins, das wir alle hatten, hatte die Coronavirus-Pandemie keine weiteren Konsequenzen auf unsere Gründung.

Ihr habt euch dafür entschieden, eure Verlags-Boutique in dem Bezirk Mitte niederzulassen. Wieso gerade in Mitte?

Shila Behjat: Von Berlin-Mitte sind in den vergangenen Jahrzehnten viele Trends hervorgegangen. Wenn wir an die frühen Zwanziger des vergangenen Jahrhunderts denken, dann war Berlin-Mitte immer so ein Hub für kulturelle Veränderungen, Avantgarde und Vorstöße. Das Milieu in dem Bezirk steht für uns stellvertretend für die Kunden, die wir ansprechen möchten. Wir beide haben diesen Journalismus und Marketing Hintergrund. Deswegen denken wir wahrscheinlich sehr zielgruppenorientiert und haben uns versucht vorzustellen, wer unsere Bücher liest.

Und wer liest eure Bücher?

Schulemann: Die Leute, die in Berlin-Mitte unterwegs sind. Sie sind international, sie sind offen, sie kommen aus einer Mischung aus Kultur, Kunst und Start-up. Alles natürlich immer mit dem Logo Berlin dahinter. Hier ist man daran gewöhnt, das alles etwas anders funktioniert und man mehr Freiheiten genießt. Das fühlt man auch, wenn man sich in diesem Kiez bewegt. Und aus dieser Mischung heraus haben wir unseren Verlag entwickelt und die Zielgruppe definiert.

Behjat: Für uns sind unsere Leser konkret, Menschen zwischen Mitte 20 und Ende 40, die hier in Berlin unterwegs sind und die anspruchsvoll in ihrer Lebensgestaltung sind. Wir sagen uns dann immer, sie sind auf der Suche nach Zerstreuung aber auch nach relevanter Unterhaltung. Ein Vorbild haben wir beispielsweise in der Volksbühne gefunden. Den Machern geht es mit dem Theater um etwas sehr altes, das neu definiert werden muss in diesem Zeitalter. Und wir beschäftigen uns mit Büchern, das ist auch etwas sehr altes, das nun endlich einmal ins 21. Jahrhundert gebracht werden muss.

Das hört sich ganz danach an, als ob es bei euch das Buch der Gegenwart beziehungsweise der Zukunft zu lesen gibt. Wie sieht das denn aus?

Behjat: Alle wollen lesen und haben Bücher auf ihren Nachttischen stehen, die sie strafend anstarren. Sie sollen aber niemanden strafend anschauen, sondern zugänglich sein. Wir wollen Bücher in Spielfilmlänge anbieten. Wir glauben, dass es viel realistischer ist, ein Buch mit 120 Seiten in 90 Minuten zu lesen, als 500 Seiten. Wenn unsere Leser die Bücher in der Hand halten, sollen sie das Gefühl haben: Das schaffe ich. Gleichzeitig sollen sie aber mit dem Thema eine Relevanz haben, die einen Leser animiert sich diese Zeit zu nehmen.

Aber auf 120 Seiten kann man bei vielen Themen nicht so in die Tiefe gehen.

Schulemann: Doch, auch das ist möglich. Wir haben beispielsweise ein belletristisches Projekt für das kommende Jahr. Dabei ist schon ganz klar, dass es in verschiedenen Teilen auf den Markt kommt.

Vor kurzem habe ich ein Essay mit dem Titel „Die Literatur ist tot“ gelesen. Eine Aussage ist, dass Leser faktenbasierte Geschichten lesen wollen. Wie seht ihr das?

Schulemann: Für uns ist sie das nicht, sonst hätten wir den Verlag wohl auch nicht gegründet. Wir sehen auch, dass beispielsweise Sachbücher sehr gut verkauft werden. In dem Genre sind die Auflagen in den vergangenen Jahren gestiegen. Ich glaube, das Bedürfnis der Leser zu lesen ist groß.

Und doch konkurriert das Buch wie auch jedes andere geschriebene Wort mit Medien wie Netflix oder Freizeitbeschäftigungen im Allgemeinen. Die durchschnittliche Lesezeit eines Menschen beträgt gerade einmal weniger als eine halbe Stunde am Tag.

Schulemann: Wir haben uns genau mit diesen Zahlen befasst. Wenn man vom Durchschnittsbürger in Deutschland ausgeht, der nur eineinhalb Bücher im Jahr liest, dann haben wir natürlich eine Zielgruppe, die gar nicht liest. Aber es gibt eben auch Menschen, die sehr viel lesen. Unsere Zielgruppe ist interessiert an guten Inhalten und sie ist auch interessiert an gesellschaftsrelevanten Inhalten. Aber sie nimmt sich tatsächlich nicht die Zeit und hat auch nicht diese Aufmerksamkeitsspanne sich lange mit Literatur zu beschäftigen. Und da haben wir uns überlegt unsere Kunden mit der Spielfilmlänge anzusprechen.

Behjat: Ein Beispiel ist die Novelle „Hell und Dünkel“. In dem Roman schreiben die Autoren über Milieu in Berlin, das bislang überhaupt nicht reflektiert wurde. Es geht um reiche Familien und deren Kinder vom Wannsee. Das sind natürlich ganz andere Lebenswelten als in den klassischen Berlin-Romanen, die es in den vergangenen zehn Jahren gab und die sich um Kreuzberg oder Neukölln drehten.

Blättert man durch die Seiten des Romans, liest man, dass Sie Frau Schulemann an dem Roman als Co-Autorin mitgewirkt haben. Muss ich als Buchautor bei Beshu Books damit rechnen, dass ich jemanden zur Hand bekomme?

Schulemann: Die Co-Autorenschaft mit Jan Schimmang begann schon vor Gründung des Verlags. Wir haben beide sehr intensiv an dem Stoff gearbeitet. Aber grundsätzlich ist es bei Beshu Books so, dass es einen Autor gibt und eine Autorin gibt für große Verlagshäuser geschrieben. Dort machten wir die Erfahrungen viel Geld und Zeit in das Produkt gesteckt haben, aber danach war Schluss. Ein Buch zu schreiben ist heute auch ein finanzieller Luxus. Aber wir wollen unsere Bücher und Geschichten möglichst von Anfang an mitentwickeln. Wir reden sehr viel und überlegen uns, wo wir noch besser werden können. Ist ein Plot an einer Stelle beispielsweise noch nicht ausgearbeitet, verschärfen wir diesen gemeinsam.

Behjat: Für uns ist Offenheit und Transparenz sehr wichtig. Am Ende des Prozesses steht ja eine Gewinnbeteiligung unserer Autoren, die bei ungefähr 20 Prozent losgeht. Unsere Autoren wie auch wir wollen Bücher verkaufen, um Geld zu verdienen. Da am Ende ein gutes Produkt stehen soll, steigen wir eben mit unserer Erfahrung ganz früh so einen Prozess ein. Zu Beginn legen wir beispielsweise auch fest, wie hoch eine Auflage des Buches sein könnte. Später gibt es auch eine klare Kommunikation, ob es eine zweite Auflage gibt. Wir glauben, das ist auch neu. In der Regel machen das bekannte Verlage allein schon ihrer Größe wegen nicht.

Was macht für euch ein gutes Buch aus und bei welchen Manuskripten werdet ihr aufmerksam?

Behjat: Für uns stellt sich immer die Frage: Für wen ist dieses Buch oder Manuskript relevant? Da würde ich sagen, 60 Prozent der Sachen, die so generell geschrieben werden, sind allein für den Autor relevant. Wir fragen uns hingegen, was ist noch nicht erzählt. Da kommt vielleicht auch unser journalistischer Hintergrund durch. Dass ein Autor gut schreiben muss, setzen wir voraus.

Könnt ihr ein Beispiel verraten?

Schulemann: Wir arbeiten mit einer Neurowissenschaftlerin aus London, die sich mit neurobiologischen Reaktionen im Körper während einer Trennungsphase beschäftigt. Also was passiert chemisch mit unserem Körper, wenn wir uns trennen. Sie hat das so aufgearbeitet, dass es publikumstauglich ist. Wir arbeiten aber auch mit einer Grünen-Politikerin aus Berlin zusammen, die sich mit dem Geschehen innerhalb familiärer Strukturen in der Corona-Krise befasst.

Wie heißt sie?

Schulemann: Nina Stahr, Co-Vorsitzende des Landesverbands der Grünen.

Wir haben über eure Bücher gesprochen, über eure Pläne, über die Zeit des Lockdowns. Doch wie kam es eigentlich zur Zusammenarbeit zwischen euch beiden?

Behjat: Wir kennen uns seit anderthalb Jahren. Und wir haben beide unabhängig voneinander derselben Person erzählt, dass wir einen Buchverlag gründen wollen. Diese Person hat dann beim zweiten Mal eben gesagt, das habe ich doch schon mal gehört. Und so kamen wir zusammen.

Sie sind Gründer-Frauen. Vergangenes Jahr sagte Barack Obama auf einer großen Gründungsveranstaltung in München „Diversität ist kein Akt der Nächstenliebe, es ist der Motor der Exzellenz“ und sprach damit genau ein Problem an: Es gibt zu wenig Gründerfrauen. Das liegt aber oftmals an den Investoren. Wie sind eure Erfahrungen?

Behjat: Wir würden das gerne aussprechen und auch andere dazu animieren, das man sich als Frau wachen anhören muss, wenn man gründet. Vom Bankberater über den potenziellen Investor über die Kunden, selbst bei den Dienstleistern ist es so, dass man sich denkt, so etwas müsste sich ein Mann jetzt nicht anhören müssen.

Zum Beispiel?

Schulemann: In einem eigentlich seriösen Rahmen bei einer Bank, kamen beispielsweise erst einmal die Fragen, wie wir emotional verhandelt sind und wie eng wir befreundet sind. Das würde man ein Duo Männer doch niemals fragen. Das ist schon ungewöhnlich. Das sind auch ungewöhnliche Momente. Das merkt man, da entsteht eine Art peinliche Stille. Oder an manchen Stellen haben wir durchsetzungsvermögen, um Dinge klarzustellen. Da benötigt es dann auch eine andere Form des Durchsetzungsvermögens, um Dinge klarzustellen. Das erfordert es sehr viel Kraft.

Behjat: Jeder, der gründet will die Welt verändern. Dahinter stehen immer ganz viele persönliche Sachen. Wir wollen ganz viele tolle Bücher machen und die auch verkaufen. Dabei wollen wir eben zeigen, wie das auf eine faire und persönliche Art geht.

Abschließend noch die beiden Fragen. Ab wann gibt es Bücher von Beshu Books zu kaufen und wo?

Behjat: Künftig werden die Bücher in unserer Boutique ausgestellt.

Schulemann: Und ab 31. August sind die Bücher im Buchhandel erhältlich. Neben unserem Verlagsgeschäft gibt es noch die digitale Welt, wo die Bücher über den Direktvertrieb an den Buchhändler oder Endkunden gelangen.

