

# Der kleine Bund

## «Ich hatte es immer pressant»

**Kleines Buch-Imperium** Der Thuner Verlag Werd & Weber hat sich Büchern mit touristischem und nostalgischem Flair verschrieben und besetzt damit erfolgreich eine Nische. Heuer feiert er sein 30-Jahr-Jubiläum. Ein Hausbesuch.

Alexander Sury

Für den Fototermin schlägt Annette Weber-Hadorn die Bücherwand mit den Neuerscheinungen als Hintergrundkulisse vor. Auf ein Stehtischchen hievt sie einen kleinen Computer, der aus dem Museum für Kommunikation stammen könnte. Es ist ein Macintosh Classic aus dem Jahr 1989. Sie schaut ihn an und sagt: «Er hat mir den Weg in die Selbstständigkeit als Verlegerin gebahnt.» In der Werbeagentur, in der die heute 59-jährige damals arbeitete, sei man vor der Computerrevolution in den 1980er-Jahren abhängig gewesen von einer ganzen Kette von Berufen. Als der Mac aufkam, konnte man plötzlich selber publizieren.

30 Jahre später. Die Verlagsräumlichkeiten des Werd&Weber-Verlags befinden sich im Erdgeschoss eines Neubaus in Gwatt. Im Schaufenster beim Eingang sind die Novitäten ausgestellt. Eigentlich arbeiten hier 30 Leute, aber in Zeiten von Homeoffice ist es derzeit ziemlich leer und entsprechend ruhig.

Und doch ist viel los, es geht dieser Tage Schlag auf Schlag. Der Newsletter flattert bei 60'000 Abonnenten elektronisch mindestens einmal pro Woche ins Haus und kündigt Neuerscheinungen an: ein Buch über Lauenen bei Gstaad im Wandel der Zeit, der Medien-Krimi «Die Pferdefrau-Recherche», ein Bildband über Grindelwald in alten Fotografien oder Lebenserinnerungen eines Zweisimmer Lokalpolitikers.

### Bis zu 120 Bücher im Jahr

Der Werd&Weber-Verlag bringt pro Jahr zwischen 100 und 120 Bücher aus den Bereichen Biografien, Genuss, Wandern, Freizeit, berndeutsche Lokalgeschichte, Krimis und Kindergeschichten heraus. Als Klammer dient die «Swissness»: Die «schönsten Seiten» des Landes werden gezeigt, darunter Naturschätze, Kulturdenkmäler, aber auch denkwürdige Persönlichkeiten.

Diese Ausrichtung sei von Anfang an klar gewesen, sagt Annette Weber-Hadorn und nimmt ein Buch in die Hand: «Nehmen wir zum Beispiel diesen Alpeizilführer, das finden Sie sonst nirgends. Es sind nicht einfach Bergbeizeln, sondern es muss auch eine Alp mit Landwirtschaftsbetrieb dahinter sein.» Viele Menschen, die dieses Buch kauften, sagt Annette Weber-Hadorn, seien nicht mehr gut zu Fuss und würden diese Alpen und Alpeizil selber nicht mehr aufsuchen können. «In Buchform aber können sie diese geniessen.»

Kein Wunder, dass bei einem Verlagsprogramm, das konsequent auf Schweizer Themen und Persönlichkeiten setzt, 95 Prozent der Bücher in der Schweiz verkauft werden und etwa 5 Prozent im süddeutschen Raum.

Wenn von Verkäufen in der Schweiz die Rede ist, dann gehört die Romandie allerdings auch dazu: Werd & Weber ist einer der wenigen Deutschschweizer Sachbuchverlage, denen mit ihren Publikationen regelmässig der Sprung über den Röstigraben gelingt. Etliche Bücher werden jedes



Der Macintosh Classic wies den Weg in die Selbstständigkeit: Die Verlegerin Annette Weber-Hadorn gründete im Alter von 29 Jahren ihren Verlag. Foto: Adrian Moser

Jahr auch in französischer Sprache herausgebracht: Erlebnisführer, Veloführer, Bücher über den Jakobsweg und Wanderführer. Mit den Gratiszeitschriften «Thun Magazin», «Spiezinfo», «Bödeliinfo» und «Brienziinfo» verfügt der Verlag auch über Werbeträger, in denen er einzelne Bücher – gerade über Berner Oberländer Themen – passgenau zu den Zielgruppen bringen kann.

### Was will der Konsument?

Vor 30 Jahren wurde der Verlag gegründet, genau genommen: am 3. Januar 1991. Im Moment sei es natürlich schwierig, das Jubiläum festlich zu begehen, sagt sie, wegen Corona sind alle Festivitäten vorerst in den Oktober verschoben worden. Mit dem Verlag ging es stetig aufwärts, von Einbrüchen kann Annette Weber-Hadorn nicht berichten. 2013 wurde mit dem Werd-Verlag gar ein doppelt so grosser Verlag übernommen. Daraus wurde der Werd&Weber-Verlag. Auf einen Schlag erwarb Annette Weber-Hadorn 300 Au-

### Werd & Weber: Von Adolf Ogi über Aplkäsereien bis zu «Swiss Wedding»

Der Werd&Weber-Verlag wurde 1991 von Annette Weber-Hadorn als Weber AG gegründet. Er gehört zu den drei grössten Schweizer Sachbuch- und Zeitschriftenverlagen, dem auch eine Kommunikationsagentur angegliedert ist. Einen Schwerpunkt des Programms bilden Biografien von Schweizer Persönlichkeiten, in den letzten Jahren unter anderem von Toni Brunner, Adolf Ogi, Golä, Thierry Carrel oder Sepp Blatter.

torenverträge und 1300 Bücher in der Backlist.

Finanziell stand der Verlag stets auf eigenen Füßen. «Wir hatten nie Fremdkapital in der Firma», sagt Annette Weber-Hadorn. Wir: Das sind sie und ihr Mann Theodor Weber, ein Tierarzt, der ihr zu Beginn den Rücken freigehalten habe. Wenn Fremdkapital im Spiel sei, «dann gibt man sich auch weg, andere bestimmen mit, das habe ich nie gewollt.»

Annette Weber-Hadorn wusste schon früh, was sie wollte. In Bern besuchte sie die Wirtschaftsmittelschule und wollte sich nebenbei etwas Geld verdienen, aber vor allem interessierte sich die damals 16-jährige für die Wünsche der Konsumenten. Sie nennt das «gespiegeltes Denken» – etwas, was sie bis heute praktiziert: Es bedeutet, zu erahnen und umzusetzen, was die Leserschaft wolle. So war Annette Weber-Hadorn für ein Marktforschungsinstitut tätig und machte Umfragen, indem sie von Tür zu Tür ging.

Im Sortiment sind auch Kalender und Postkartenboxen. Der Verlag beschäftigt 31 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. 2013 erfolgte die Übernahme des Werd-Verlages von Tamedia und die Fusion beider Verlage zur Werd & Weber Verlag AG. 2020 kam es im Zeitschriftenbereich zu Übernahmen der Zeitschriften «Miss Magazin», «Swiss Wedding», «Hotelier» und «Bärn Magazin». Der Verlag gibt auch die Gratiszeitschriften «Thun

### Als unermüdlige «Chrapferin» wird sie von Leuten aus der Branche beschrieben, sie sei sozusagen Tag und Nacht im Einsatz für den Verlag.

Und auch ihr Berufswunsch stand deshalb früh fest: Sie wollte in die Werbe- und Kommunikationsbranche. «Die Frauen hatten dort in den späten 1970er-Jahren gleiche Chancen, sie verdienten auch gleich viel wie Männer, die Gleichbehandlung wurde in der Branche nicht nur behauptet, sondern gelebt.»

Sie absolvierte Ausbildungen zur Kommunikationsassistentin

und -leiterin, später zur Verlagsleiterin. Ihre erste Stelle trat sie beim Warenhaus Loeb an. Dort sei sie von zwei Männern geprägt worden, «die mich fit gemacht haben für die Selbstständigkeit». Da war einmal der Patron François Loeb, das andere Vorbild war der Werbechef und Verantwortliche für die legendären Schaufensterdekorationen, Peter R. Knuchel. Ihr erstes Buch als Verlegerin hat Weber später Knuchels Lebenswerk bei Loeb gewidmet.

Im Alter von 24 Jahren war Annette Weber-Hadorn bereits Co-Leiterin einer Berner Werbeagentur und leitete 23 Mitarbeitende. «Ich hatte das Glück, früh in so eine Position zu kommen, davon habe ich enorm profitiert und bald gemerkt, dass mich der Zeitschriften- und Buchbereich mehr interessiert als die Kommunikation.» Im Alter von 29 Jahren erfolgte dann der nächste Schritt, die Gründung der Weber AG. Sie zuckt mit den Schultern und deutet ein Lächeln an: «Ich hatte es immer pressant.»

### Grosses «Spielpotenzial»

Als unermüdlige «Chrapferin» wird sie von Leuten aus der Branche beschrieben, sie sei sozusagen Tag und Nacht im Einsatz für den Verlag. Hat es da überhaupt noch Platz für einen Ausgleich, für Hobbys? Die Bernburgerin ist eine hervorragende Golferin und dreimalige Schweizer Meisterin mit einem hervorragenden Handicap von 4.3.

Das «Spielpotenzial» ihres Verlags hat sie immer im Auge gehabt. Dass diese Verlegerin frühzeitig Möglichkeiten erkennt und

dann rasch entschlossen reagiert: Dies zeigt sich am aktuellen Bestseller über «Mister Corona» Daniel Koch, dessen Buch im September 2020 mit einer Gesamtauflage von 13'000 Exemplaren sowohl in deutscher als auch in französischer Sprache erschien.

Annette Weber-Hadorn schrieb Koch am 21. März 2020 einen Brief, fünf Tage nach dem Beginn des Lockdown, als sich erst vage abzuzeichnen begann, was für eine symbolische Rolle als «Fels in der Brandung» dieser asketisch wirkende Spitzenbeamte im Bundesamt für Gesundheit während der Corona-Krise spielen würde. Später erhielt Koch weitere Anfragen von Verlagen – aber Annette Weber-Hadorn war die Erste gewesen und mit Daniel Koch handelseinig geworden. Und so suchte die Verlegerin, das gehört auch zum Konzept bei den Lebensgeschichten und Biografien, einen passenden Autor für den viel beschäftigten Chefbeamten. Gefunden wurde er in der Person des Interlakens Ruedi Grüning, eines ehemaligen Kinderarztes, der auch Autor im Werd&Weber-Verlag ist.

Wenn von dem grossen Output an Büchern beim Werd&Weber-Verlag die Rede ist, hört man oft hinter vorgehaltener Hand: Dies sei kein Wunder, da sich jeder getreu dem Motto «Buy your own book» sein eigenes Buch kaufen könne, wenn er sich nur grosszügig an der Finanzierung beteilige. Dem widerspricht Annette Weber-Hadorn: «80 Prozent unserer Bücher machen wir auf eigenes Risiko und finanzieren sie allein, der Rest sind Mischfinanzieren-

gen, bei denen sich die Autoren bereit erklären, einen Teil der Auflage zu übernehmen, dazu kommen ein paar Auftragsarbeiten pro Jahr.»

Gibt es für sie auch Bücher, die sie unbedingt machen muss, unabhängig von den Erfolgsaussichten? Sie nickt und nennt ein Beispiel: «Die rote Hüsyne» (2015) der Berner Autorin Barbara Traber über eine kurdische Asylsuchende. Ein anderes Beispiel ist eine «Opfergeschichte». Demnächst erscheine ein Buch über eine Frau, die von einer Gangsterbande massiv reingelegt worden sei. Der bekannte Zürcher Anwalt Valentin Landmann hat die Frau nicht nur juristisch beraten, sondern auch am Buch mitgeschrieben: «Ob wir dieses Buch 300- oder 3000-mal verkaufen werden, ist für mich nicht entscheidend. Wichtig ist, dass es solche Bücher gibt.»

### Zahnkranz und Schwungrad

Der Werd&Weber-Verlag ist bisher gut durch die Corona-Krise gekommen. Einbussen gab es wegen der geschlossenen Buchhandlungen, dafür ist laut Annette Weber-Hadorn der Online-Direktverkauf sehr gut gelaufen und hat diese Einbussen mehr als kompensiert. «Wir haben 2020 ein besseres Ergebnis im Buchbereich erzielt als 2019.» Die Gründe liegen für sie auf der Hand: Im Lockdown hätten die Leute mehr Zeit zum Lesen gehabt, und die Grenzen seien geschlossen gewesen, «sodass viele die Schweiz zu Fuss, auf dem Fahrrad oder im Boot noch besser kennen lernen konnten».

In dieser Situation hatte der Werd&Weber-Verlag vieles im Angebot, das perfekt passte: Führer zu Wandern, Velotouren und Gummibootfahrten. Den Veloführer Schweiz etwa brachte der Verlag im Mai 2020 in überarbeiteter Form heraus, und innerhalb von zwei Wochen war die gesamte Auflage von 3000 Exemplaren verkauft.

Im Geschäftsmodell des Werd&Weber-Verlags spielt neben der Qualität auch die Quantität eine grosse Rolle: «Wenn wir unseren Ausstoss an Büchern von derzeit über 100 pro Jahr auf 20 oder 25 zurückfahren würden, drohte uns rasch eine finanzielle Schiefelage», sagt Weber-Hadorn. Mit den erfolgreichen Büchern werden auch andere, kommerziell weniger attraktive Projekte finanziert. Sie benutzt dafür ein Bild. «Vom Moment an, wo es Lücken im Zahnkranz gibt, würde das Schwungrad nicht mehr drehen.» Aber Annette Weber-Hadorn stellt auch klar, dass es ihr nicht darum gehe, möglichst viele Bücher herauszubringen. «Für mich sind eher die Themen wichtig, die wir besetzen wollen.»

Als das Gespräch am Schluss auf die Zukunft des Buches kommt, ist schnell klar: Von dieser Verlegerin sind keine Untergangsszenarien zu erwarten. Das Buch hat für sie eine Zukunft, das steht ausser Frage. «Wir müssen aber heute mehr machen», fügt sie sogleich an. Jedes Buch brauche eigentlich seine eigene Kampagne, seinen eigenen Social-Media-Auftritt. Die Bücher müssten auch «schöner» werden, ist sie überzeugt, eine haptische Erfahrung bieten, etwas Hochwertiges ausstrahlen und im Fall von Biografien oder Naturführern etwa grosszügig illustriert sein. Klingt ganz so, als ob das Schwungrad des Werd&Weber-Verlags nicht so rasch erlahmen wird.