

JOHN MIDDLEY

Verleger-Ehepaar Taschen (im Privathaus in Los Angeles): „In zehn Jahren kommt vielleicht wieder ein neues Aktbild von uns“

SPIEGEL-GESPRÄCH

„Wo es nur geht, stehlen wir“

Das Kölner Verleger-Ehepaar Angelika, 42, und Benedikt Taschen, 40, über ihre Selbstinszenierung als Popstars der Branche und ihren weltweiten Erfolg mit Kunst- und Erotikbüchern

SPIEGEL: Frau Taschen, Herr Taschen, wer von Ihnen beiden hat in Ihrem Verlag die Hosen an?

Angelika Taschen: Wie Sie sehen, trägt er jetzt gerade einen Rock, ich eine Hose.

SPIEGEL: Eben nicht – aber Sie wollen damit sagen: Der Schein trägt. Wenn man einem Bild des Fotografen David LaChapelle glauben darf, dann laufen Sie, Herr Taschen, gern mit entblößtem Hintern herum, und Sie, Frau Taschen, schwingen nackt die Peitsche. Ist es nicht eher ungewöhnlich für ein Verleger-Paar, sich in sadomasochistischer Pose fotografieren zu lassen?

Benedikt Taschen: David LaChapelle und die Verleger von „I.D.“-Magazine sind Freunde von uns. Und für Freunde tun wir fast alles.

SPIEGEL: Starlets ziehen sich aus, um endlich bekannter zu werden. Sie beide dagegen gehören zu den erfolgreichsten Kunstbuchverlegern der Welt, blicken also bereits auf eine Karriere zurück ...

Benedikt Taschen: ... und ziehen uns dann aus. Es gibt aber auch frühere freizügige Aufnahmen, so etwa aus dem Jahr 1991. Und in zehn Jahren kommt vielleicht wieder ein neues Aktbild.

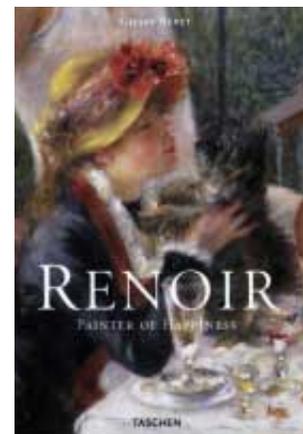
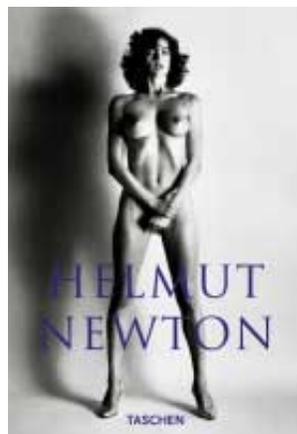
SPIEGEL: Wollen Sie sich als Gesamtkunstwerk inszenieren?

Benedikt Taschen: Es ist nicht ungewöhnlich, dass private Unternehmer ihrer Firma auch ein Gesicht geben wollen. Onkel Dittmeyers Firma ist allerdings trotzdem Pleite gegangen. Wie auch immer: Das Büchermachen hat viel mit Exhibitionismus zu tun, weil Sie ja versuchen, Ihre Vorstellungen mit anderen Leuten zu teilen. Und wenn die Bücher gekauft werden, ist einem die Kommunikation gelungen.

SPIEGEL: Sie umgeben sich mit Künstlern gern privat, lassen sich mit ihnen beim Feiern fotografieren und drucken die Bilder im Katalog ab. Sie vermitteln den Eindruck, das Verleger-Geschäft sei eine einzige Party. Wollen Sie den Neid Ihrer Konkurrenz wecken?

Benedikt Taschen: Nein, wir sind mit vielen Künstlern, mit denen wir arbeiten, befreundet.

SPIEGEL: Weshalb inszenieren Sie diese Freundschaften und Ihr Privatleben in aller Öffentlichkeit? Auf den Fotos in Ihrem Katalog sieht man mal das Wohnzimmer in



Taschen-Buchtitel: „Wir lernen viel von alten Profis“

Ihrem Haus in Los Angeles, mal Sie beim ekstatischen Tanz.

Angelika Taschen: Wir machen kaum einen Unterschied zwischen unserem Job und unserem Privatleben. Und wir haben nun einmal eine Menge Spaß. Wir sind auch deshalb so erfolgreich, weil der Leser sieht, dass wir das, was wir machen, leidenschaftlich machen, und das sieht man unseren Büchern an.

SPIEGEL: Warum?

Benedikt Taschen: Wir produzieren oft Bücher über Themen, die uns zwar persönlich interessieren, aber mit denen wir beim Handel auf Widerstand stoßen. Da kommen oft Kommentare wie „Wer ist denn das? Von dem haben wir noch nie gehört.“ Wir müssen auch die Händler davon überzeugen, dass wir an jedes einzelne Buch glauben.

SPIEGEL: Sie denken also auch beim Spaß ans Geschäft?

Benedikt Taschen: Immer. Es ist eine andere Form der Bestätigung. Das alte Vorurteil lautet zwar: Je höher die Auflage, desto weniger Substanz kann dahinter stecken. Aber selbst dieses Klischee ist heute nicht mehr so verbreitet wie vor 10 oder 20 Jahren.

SPIEGEL: Haben Sie dazu beigetragen, dass es verblasst ist?

Benedikt Taschen: Es gibt bestimmte Verleger, die immer dieses Ideal des gebildeten Großbürgers propagieren, dem das Geld nicht ganz so wichtig ist. Ich glaube, dass diese Generation längst ausgestorben ist, die Verleger ebenso wie das dazu passende Publikum.

SPIEGEL: Sie, Herr Taschen, haben mit 18 Jahren ein Geschäft für Comics eröffnet. Was brachte Sie fünf Jahre später auf die Idee, auch Kunstbücher zu verlegen?

Benedikt Taschen: Zwischendurch habe ich auch aufblasbare Plastiktiere verkauft. Das mit den Kunstbüchern kam dann mehr oder minder zufällig. Aber der Zufall muss auf einen vorbereiteten Geist treffen. Ich glaube, diese Erkenntnis ist nicht von mir, sondern ...

Angelika Taschen: ... von Pasteur.

Benedikt Taschen: Genau, Louis Pasteur. Wenn ich nicht wüsste, was möglich ist und was mich interessiert, dann hätte ich auch kein florierendes Geschäft daraus machen können.

SPIEGEL: Ihr Ziel war es, Kunstbücher für die Massen zu produzieren?

Benedikt Taschen: Ja. Wir haben die Kunstbücher aus der elitären Ecke herausgeholt. Weder meine Frau noch ich konnten uns in unserer Jugend vom Taschengeld Bildbände leisten. Da musste man Jahre sparen oder die bucklige Verwandtschaft anbeteln, bis man sich ein Buch über Hieronymus Bosch leisten konnte. Außerdem gab es diese Berührungsgänge, weil man diese Bände nur in Kunstbuchhandlungen kaufen konnte. Und da fühlt man sich als Laie schnell ein bisschen blöd. Das ist heute durch unsere Arbeit anders geworden.

SPIEGEL: Das hört sich ja nach fast missionarischem Eifer an. Glauben Sie, dass Sie die Welt kunstsinniger gemacht haben?

Angelika Taschen: Ich glaube schon. Da spielt natürlich vieles zusammen: In den achtziger Jahren hat sich der Kunstmarkt geöffnet, auch die Museen haben die Angst vor dem Populären verloren und sich von einem superelitären Anspruch entfernt.



Selbstporträt der Porno-Fotografin Merritt: „Optisch gibt sie mehr her als Billy Wilder“

SPIEGEL: Für wen machen Sie Ihre Bücher? Für Leute, die wirklich etwas über Kunst lernen möchten oder die sich etwas Dekoratives auf den Couchtisch legen und ganz plakativ zeigen wollen: „Ich interessiere mich für Kunst“?

Benedikt Taschen: Wir bedienen beide Interessen. Wir haben Selbstläufer wie Bücher über van Gogh gemacht, aber auch Bände über Künstler herausgebracht, von denen viele Menschen zuvor nicht einmal ahnten, dass es sie gibt. Wir haben entdeckt und wiederentdeckt. Unser Programm ist in den vergangenen Jahren privater geworden, wir haben Randbereiche erobert.

SPIEGEL: Randbereiche ist gut: Sie verlegen von anspruchsvoller Kunst bis zu harter Pornografie offenbar alles, von dem Sie sich ein Geschäft versprechen. Für einen immer umfangreicheren Teil Ihres Programms werben Sie mit dem Slogan „Vergessen Sie Viagra“.

Benedikt Taschen: Viagra hat mit Sicherheit mehr Nebenwirkungen. Wir verste-

hen unsere Bücher eher als homöopathische Mittel. Aber ich meine auch nicht die Sexbücher, die bilden keinen Randbereich, sondern eines der Kerngeschäfte. Bei Randbereichen denke ich an eher unbekannte oder vergessene Architekten und Fotografen. Die Sextitel gab es dagegen schon von Anfang an.

SPIEGEL: Und schließlich kamen Lifestyle-Bücher hinzu, in denen Sie unter anderem zeigen, wie man sich sein Landhaus auf Mallorca einrichten kann. Reichte Ihnen der Kunst- und Erotikmarkt nicht aus?

Angelika Taschen: Anfang der neunziger Jahre war der Kunstbuchmarkt übersättigt. Deshalb haben wir überlegt, wie wir das Programm am besten erweitern könnten. Wir haben uns gesagt: Wenn sich Kunst schon gut verkaufen lässt, werden sich Innenarchitektur-Bücher noch besser verkaufen. Schließlich interessiert sich nicht jeder für Kunst, aber jeder hat eine Wohnung. Trotzdem lieben wir es nach wie vor, Bücher über und mit Künstlern zu machen.

SPIEGEL: Die bekanntesten Gegenwartskünstler, mit denen Sie in den letzten Jahren erfolgreich Bücher gemacht haben, sind zwischen 80 und 100 Jahre alt: die Fotografen Helmut Newton, Julius Shulman, Leni Riefenstahl, der Regisseur Billy Wilder. Der Künstler Friedensreich Hundertwasser ist im Februar 2000 gestorben ...

Angelika Taschen: ... der war sogar noch relativ jung – gerade mal 71 Jahre alt. Leni

Riefenstahl ist mit 99 Jahren schwer zu toppen.

Benedikt Taschen: Es stimmt, der Altersdurchschnitt geht nach oben. Julius Shulman sagte, er habe durch die Bücher ein neues Leben bekommen. Und wir lernen viel von solchen alten Profis.

SPIEGEL: Verführt Sie der Respekt vor dem Alter dazu, diesen Leuten zu unkritisch gegenüberzutreten? Das ist Ihnen bei Ihrem Buch über Leni Riefenstahl jedenfalls vorgeworfen worden.

Angelika Taschen: Ich wollte Frau Riefenstahl als Künstlerin vorstellen, und das ist mir gelungen. Ich war sehr kritisch und habe erst durch die Arbeit mit Leni Riefenstahl erkannt, welchen Versuchungen Künstler in der Nazi-Zeit ausgesetzt waren.

Benedikt Taschen: Wir haben Helmut Newton und Billy Wilder gefragt. Die sagten:

Macht das Riefenstahl-Buch. Es handelt sich einfach um eine bedeutende Künstlerin.

SPIEGEL: Sie haben darauf verzichtet, auch nur anzudeuten, dass Frau Riefenstahls Rolle im Dritten Reich sehr fragwürdig war. Warum?

Benedikt Taschen: Das war nicht unsere Aufgabe. Es gibt genügend Bücher, die man dazu lesen kann und auch sollte.

SPIEGEL: Das Buch hat für viel Furore gesorgt und ist jetzt seit einem Jahr im Handel. Wie hat es sich verkauft?

Benedikt Taschen: Besser, als wir erwartet haben.

SPIEGEL: Was lohnt generell mehr: eine unbekannte Porno-Fotografin wie Natacha Merritt zum Star aufzubauen oder einen Prominenten wie Billy Wilder unter Vertrag zu nehmen?

Benedikt Taschen: Künstlerisch ist das schwer zu sagen. Optisch gibt sicherlich Natacha Merritt mehr her.

SPIEGEL: Befruchten sich diese Bereiche gegenseitig? Wirken Ihre Erotikbücher durch die Kunstbände seriöser, und erscheint Ihr Kunstprogramm dank der Sexbücher populärer?

Benedikt Taschen: Fest steht, dass wir uns um jedes Thema, ob das Sex oder klassische Architektur ist, mit der gleichen Ernsthaftigkeit kümmern. Für uns ist nicht das eine Hui und das andere Pfui.

SPIEGEL: Wenn wir der Einfachheit halber doch nach Hui und Pfui, also nach Kunst und Sex unterscheiden: Wer von Ihnen ist wofür zuständig?

Angelika Taschen: Es ist schon so, dass mein Mann eher die Sexthemen findet und aussucht. Er hat da mehr Entdeckergabe und Muße als ich. Und ich bin eher für die Bereiche Kunst und Lifestyle zuständig.



Taschen-Thema Riefenstahl*: „Bedeutende Künstlerin“

* Im Sudan, 1975.



TASCHENVERLAG

Taschen-Buchladen (in Paris): „Für uns ist nicht das eine Hui und das andere Pfui“

SPIEGEL: Wer von Ihnen verkauft mehr Bücher?

Angelika Taschen: Nicht alles, was gefälliger oder erst einmal kommerzieller wirkt, ist auch tatsächlich leichter verkäuflich – auch nicht, wenn es sich um einen Sextitel handelt. Im Gegenteil, viele Kunden stützen erst einmal über die ungewohnte Ästhetik unserer Sexbücher. Sie sind eher diese geleckten „Playboy“-Models gewohnt, die im Grunde alle gleich aussehen.

SPIEGEL: In letzter Zeit haben Sie Ihren Sextiteln mehr Gewicht gegeben, im wörtlichen Sinn: Sie haben Helmut Newtons Fotoband „Sumo“ herausgebracht, der 30 Kilogramm schwer und 5000 Mark teuer ist.

Benedikt Taschen: Alle haben vorher gesagt: „Das ist zu schwer und zu groß, und wo sollen die Leute das überhaupt hinstellen?“ oder „So viel Geld gibt keiner für ein Buch aus.“

SPIEGEL: Erstaunt Sie diese Warnung? Sie sind wegen Ihrer niedrigen Kampfpreise berühmt geworden.

Benedikt Taschen: Gerade deshalb war das Projekt für uns so wichtig. Weil wir dadurch auch aus dieser ganzen Preisspirale, die sich immer weiter nach unten bewegt hat, herausgekommen sind. Wir möchten auch in Zukunft die preiswertesten Bücher machen, aber eben auch die teuersten. Und die wollen wir so verlegen, dass die Käufer das Gefühl haben, dass sie einen guten Kauf gemacht haben. Obwohl sie gerade mal 5000 Mark bezahlen müssen.

SPIEGEL: War das ein Pubertätstraum, das größte und dickste Buch über Helmut Newton zu produzieren?

Benedikt Taschen: Vieles hat doch mit unbewältigten Kindheitseindrücken zu tun. In diesem Fall vielleicht mit Dagobert Duck, dem reichsten Mann der Welt. Ihn habe ich immer bewundert, aber Donald habe ich geliebt ...

SPIEGEL: ... weshalb die Türklinke am Eingang zu Ihrem Verlag den Kopf von Donald Duck darstellt. Sie haben den Leuten das Gefühl vermittelt, Geiz sei eine Tugend, und man wäre dumm, würde man mehr

als 49,95 Mark für einen Bildband ausgeben. Ihre Konkurrenz war entsprechend schlecht auf Sie zu sprechen, weil Sie die Preise verdorben haben.

Benedikt Taschen: Dieselbe Konkurrenz hat es dann aber nachgemacht. Wir sind schon lange nicht mehr die Einzigen, die preiswerte Bücher machen. Dieser Bereich ist inzwischen übersättigt. Es gibt überhaupt zu viele Bücher, und es gibt zu viele langweilige.

SPIEGEL: Zu Ihrer Konkurrenz gehören erfolgreiche Verleger wie Lothar Schirmer, die ein durchaus anspruchsvolles Kunstbuch-Programm anbieten. Gucken Sie sich das an und sagen: „Das würden wir in 20 Jahren auch gern machen“?

Benedikt Taschen: Zum Fall Lothar Schirmer würde ich nicht sagen, dass wir das in 20 Jahren machen, sondern: Das hat man vor 20 Jahren gemacht. Lothar Schirmer ist nicht von gestern, sondern von vorgestern. Er hat früher ein paar gute Bücher herausgebracht. Schade ist, wenn Leute sich nicht weiterentwickeln.

SPIEGEL: Schirmer publiziert die internationale Kunstelite.

Benedikt Taschen: Da ist wenig von übrig geblieben. Und der einzige wirkliche Star, Helmut Newton, ist nicht so gut auf seinen Ex-Verleger zu sprechen. Übrigens halte ich diesen elitären Anspruch für verlogenen Quatsch. Alle Leute in diesem Geschäft wollen in erster Linie Geld verdienen. Und wenn ein Buch nicht läuft, wird behauptet, das Publikum sei einfach zu dumm. Wenn ein Buch wie Blei liegen bleibt, wird das mit dem Satz, „Wir machen hier ein Programm, das wir jahrelang lieferbar halten“ auch noch als Vertriebsstrategie verkauft.

SPIEGEL: Ganz so schlecht kann die Konkurrenz nicht sein. Einige Einfälle scheinen Sie gern zu kopieren. Auf die Idee, Kunstbücher in Miniformaten herauszugeben, kam vor Ihnen beispielsweise schon der britische Verlag Phaidon.

Angelika Taschen: Nun, wir kamen zeitgleich heraus. Ich meine, wir waren sogar noch früher dran. Aber eine Sache ist klar:

Wo es nur geht, stehlen wir. Hat übrigens Picasso gesagt. Wir ändern es natürlich ein bisschen und passen es für uns an, um etwas Neues, etwas Spannenderes daraus zu machen, ein Taschen-Buch eben.

SPIEGEL: Sie verkaufen dieselben Titel in Tokio, Los Angeles, Köln und Paris. Gibt es so etwas wie einen globalen Geschmack?

Angelika Taschen: Ja, das sieht man am Internet oder an Sendern wie MTV. Die Jugendkultur ist eine weltweite. Es gibt immer noch Nuancen, aber das wächst alles immer mehr zusammen. Ich arbeite gerade an einem Buch über Schönheitschirurgie – über Frauen in Asien, in Iran etwa, die alle gleich aussehen wollen, nämlich möglichst westlich.

SPIEGEL: Halten Sie diesen Einheitsgeschmack für erstrebenswert?

Angelika Taschen: In der Schönheitschirurgie ist er erschreckend. Sonst finde ich es richtig, global zu denken, und versuche mir bei jedem Projekt vorzustellen, ob ich das Thema auch in Japan verkaufen kann.



Ehepaar Taschen (M.) beim SPIEGEL-Gespräch*
„Wir haben nun einmal eine Menge Spaß“

SPIEGEL: Stimmt es, dass Sie in Zukunft Pornofilme produzieren wollen?

Benedikt Taschen: Derzeit habe ich andere Sachen zu tun. Ich würde aber schon deshalb gern in das Geschäft einsteigen, weil von 100 Pornofilmen 99 Schrott sind und man die besser machen kann. Bei uns würden die Leute wissen, dass sie für ihr Geld auch Qualität kriegen.

SPIEGEL: Von Ihrem Haus in Los Angeles aus gucken Sie auf das San Fernando Valley, wo die amerikanische Pornoindustrie arbeitet. Inspiriert Sie das?

Benedikt Taschen: Das sind Produktionen, die mich langweilen, sie sind niveaulos, folgen nur Stereotypen. Es gibt viele Leute, die sich grundsätzlich für Pornos interessieren, aber nicht für diese Sorte.

SPIEGEL: Wie müsste denn ein Pornofilm aussehen, damit er Sie interessiert?

Benedikt Taschen: Der muss funktionieren im wahrsten Sinne des Wortes oder, sagen wir, er müsste inspirieren. Pornografie ist dazu da, zu stimulieren. Stimulanz ist gut für das Geschäft.

SPIEGEL: Frau Taschen, Herr Taschen, wir danken Ihnen für dieses Gespräch.

* Mit den Redakteuren Martin Wolf und Ulrike Knöfel im Kölner Taschen-Verlagshaus.