



VERLAGE

## Erfolg in Dur und Mull

Groschenheft-Amouren verkaufen sich in wirtschaftlich schlechten Zeiten besonders gut. Das Geschäft brummt – auch weil die Autoren kurz gehalten werden.

Seit die bildsaubere Moser-Bärbl ihm beim Maitanz einen glühenden Blick zugeworfen hat, kennt der Jäger Manuel Wurzer nur noch einen Weg ins Tal: am Moser-Hof vorbei. Abbusserln will er die Bauerstochter und von der Stell' weg heiraten. Doch auch der Sepp hat ein Aug' aufs Bärbl geworfen. Und die Josefin hat sich wiederum in den Manuel verguckt.

Kann so eine Geschichte gut ausgehen? Sie muss. Denn auch für „Die schöne Jägerbraut“ aus der Reihe „Heimatglocken“ gilt die oberste Grundregel jedes Groschenromans: Happy End ist Pflicht.

Die Sehnsucht nach dem kleinen Lektüreglück im Herrgottswinkel wächst in den Zeiten der Krise. Nach Jahren des langsamen Niedergangs steigt die Auflage der Heftchen derzeit wieder deutlich an. Während die Buchbranche im ersten Quar-

tal 2003 Umsatzeinbußen gegenüber dem Vorjahr von acht Prozent beklagt, vermelden die marktbeherrschenden Groschenroman-Verlage Bastei, Cora und Kelter Zuwächse von bis zu zehn Prozent. Alle drei wollen in diesem Jahr neue Reihen an den Kiosk bringen, denn, so frohlockt Kelter-Chef Gerhard Melchert: „Heile Welt ist wieder in.“

Die Handlung der Heftchen ist dabei so überschaubar wie die Branche. In den siebziger Jahren gab es noch knapp zehn Verlage, die sich dem Genre widmeten. Auf Grund von Pleiten und Fusionen decken heute drei Häuser nahezu den gesamten Markt ab: Bastei mit 34 Reihen und einem Umsatz von 40 Millionen Euro, Cora mit 43 Reihen und 25 Millionen Euro sowie der Martin-Kelter-Verlag, der mit 52 Romanreihen samt angeschlossener Druckerei im vergangenen Jahr 53 Millionen Euro erwirtschaftete. Alle schreiben schwarze Zahlen – vor allem dank Adels- und Landarzt-Dramoletten in Dur und Mull.

„Wir profitieren von Ereignissen wie Terroranschlägen oder Wirtschaftskrisen“, sagt Melchert. „Die Menschen suchen Zuflucht.“ Pro Jahr verkauft Kelter rund 120 Millionen Hefte als Erste Hilfe in Sachen Eskapismus. Im Trend lägen dabei vor allem Adelsromane – ein Segment, das der Verlag in diesem Jahr mit „Die Falkenbergs“ und „Aus dem Tagebuch der Christina von Rothenfels“ weiter beackern möchte.

### Groschenroman-Titel

„Wo Heimat draufsteht, ist Heimat drin“

Cora, eine 50-prozentige Tochter des Axel Springer Verlags, beschränkt sich darauf, englischsprachige Kitschautoren zu übersetzen, was die Kundschaft kaum stört. Hauptsache, der Lesestoff ist billig. „Der günstige Preis ist im Moment ein wichtiger Grund für unseren Erfolg“, sagt Cora-Geschäftsführer Thomas Beckmann. Besonders gut liefen Reihen, die an klassischen Ferienschauplätzen spielten, wie „Romana Exklusiv Mittelmeer“. „Die Menschen haben Angst vorm Reisen, wollen aber nicht auf Exotik verzichten“, vermutet er.

Bastei baut als zusätzliche Einnahmequelle auf die Vermarktung seiner Stoffe im Fernsehen. „Dr. Stefan Frank“ konnten nicht nur die Leserinnen des Romans, sondern auch die Zuschauerinnen von RTL vertrauen. Das brachte dem Verlag in den Sendejahren ein Gewinnplus von bis zu fünf Prozent. Wenig bescheiden verkündet Karlheinz Jungbeck, Geschäftsführer der Verlagsgruppe Lübbe, zu der Bastei gehört: „Die Romanhefte sind die Cash-Cow des Unternehmens.“

Das liegt auch an den kargen Honoraren für die Autoren. Zwischen 600 und 1000 Euro zahlen die Verlage für eine 60-Seiten-Geschichte – so viel wie vor 15 Jahren.

Allein von Groschenromanen können die wenigsten Schreiber leben. „Eine Geschichte muss in drei Tagen fertig sein, sonst lohnt es sich nicht“, sagt Marion Schmid, 48, die unter dem Pseudonym „Jenny Kayser“ als eine von rund 100 Schreib-Maschinen für Bastei phantasiert. Entwicklungen beim Stoff gibt es ohnehin kaum. „Im Grunde ist die heile Welt gleich geblieben“, sagt Annelly Hahn, 77, die es als „Viola Larsen“ in 50 schaffensreichen Jahren auf ein Œuvre von 1400 Romanen gebracht hat.

Wie die Autoren sind auch die Leser fast ausschließlich Frauen – und die schätzen keine Überraschungen. „Beim Heftroman weiß ich: Wo Heimat draufsteht, ist auch Heimat drin“, sagt Cordula Günther, Heftroman-Forscherin an der Universität Halle.

Sex ist da eher unpassend. Einzig der Cora-Verlag lässt auch mal die Hüllen fallen. Erotik-Reihen wie „Tiffany“ liegen angeblich bei jungen Leserinnen im Trend. „Wir achten aber darauf“, betont Geschäftsführer Beckmann, „keine Grenze zu überschreiten.“ So heißt es dann zum Beispiel in der „Tiffany Sexy“-Reihe: „Dass er sie näher an sich heranzog und begierig ihre Brüste küsste, machte es ihr nicht gerade leichter, ihn aus der Hose zu schälen.“

Während bei Cora immerhin geschlät wird, glühen bei Kelter neben den Alpen allenfalls bebende Herzen: „Sekundenlang spielte sie noch die Abweisende, dann gab sie sich ganz dem Feuer hin, das längst in ihr ausgebrochen war.“

MARC GOERGEN