

EINNAHMEN:

5%

Sponsoring von Unternehmen

40%

CDs

20%

Auftragsarbeiten

SPRECHEN WIR ÜBERS G

Vor acht Jahren hat die Rundfunkjournalistin Antje Hinz zusammen mit einer Kollegin einen Hörbuchverlag gegründet – und wurde so zur Verlegerin.

von Benjamin O'Daniel

Manchmal kommt sich Antje Hinz wie ein Chamäleon vor.

Schnell und lautlos wechselt sie zwischen ihren Rollen: Autorin, Lektorin, PR-Arbeiterin, Fundraiserin – und das sind nur einige. „Als Verlegerin ist man ein Multiwesen“, sagt sie.

Vor acht Jahren hat Antje Hinz mit ihrer Kollegin Corinna Hesse den *Silberfuchs-Verlag* gegründet, einen Wissensverlag für Kultur, Gesellschaft und Bildung. Ihre Firmengeschichte beginnt mit einem Japan-Hörbuch, das sie auf eigenes Risiko für ein Musikfestival produzierten. Auf Japan folgten 20 weitere Länder. Für diese Serie bekamen sie unter anderem den Jahrespreis der deutschen Schallplattenkritik. Ihr Geschäft haben sie beständig erweitert – und so die Hörbuchkrise überstanden.

Antje Hinz produzierte und moderierte für NDR und WDR 13 Jahre lang Musik-, Reportage- und Kultursendungen. Als Freiberuflerin konnte sie mit der Sicherheit von Rahmenverträgen arbeiten. Das bedeutete einerseits stabile Einnahmen; andererseits war sie frei genug für neue Ideen. Mit dem *Schleswig-Holstein Musik Festival* kam 2005 der Richtungswechsel von der Freiberuflerin zur Verlegerin. „Das Festival hatte jedes Jahr einen unterschiedlichen Länderschwerpunkt. 2005 war es Japan. Da kam uns die Idee, ein Hörbuch zur japanischen Kulturgeschichte zu produzieren, mit Fakten, Zitaten und Musik“, sagt Antje Hinz.

Die Organisatoren des Festivals waren zwar angetan, wollten das Hörbuch aber nicht finanzieren. Sie boten Antje Hinz und Corinna Hesse stattdessen an, die CD selbst auf dem Festival zu verkaufen. So zogen die beiden Journalistinnen mit einem Bauchladen los, boten dem Publikum vor Ort ihre Hörbücher an und verkauften über Festivals, Buchläden, Internet und Privatkunden ihre Erstauflage von 4.000 CDs. Ein Jahr später gründeten sie ihren Verlag und steckten Stück für Stück mehr Arbeitszeit in ihre Firma. Ihre Rundfunkarbeit nahm allmählich ab. „Ich bin in das Unternehmertum hineingewachsen“, sagt Antje Hinz.

Heute verdienen Antje Hinz und ihre Kollegin rund 50 Prozent über den Verkauf von CDs und Downloads. Der Anteil der CD-Verkäufe war zu Beginn noch deutlich höher als jetzt. „Vor vier Jahren hat es uns heftig erwischt.“ Zwar steht es um die Hörbuchbranche generell nicht schlecht.

25%

Stiftungsgelder

10%

Downloads

GESCHÄFT!



Aber die kleinen Anbieter haben es schwer. Die Buchhandelsketten sortierten ihr Angebot neu. Erklärungsbedürftige Titel verkaufen sich nicht so gut wie einfache Unterhaltung. Und was sich nicht zügig verkauft, kommt gar nicht erst in die Regale. Der *Silberfuchs* rutschte mit seinen Hörbüchern nach hinten. Spezialbuchhändler und Reiseanbieter halten dem Verlag bis heute die Stange.

Dazu kam der Medienwandel: CDs werden zunehmend von Downloads abgelöst und Downloads von Flat-

gangen – mit Audioserien für Onlineportale. 50 Prozent ihrer Einnahmen kommen heute von Stiftungen, Behörden und Unternehmen. Unter anderem haben die Robert Bosch Stiftung, das Auswärtige Amt und die Deutsche Bahn Projekte mitfinanziert. „Als Unternehmer muss man sich alle drei Jahre neu erfinden“, sagt Antje Hinz. Aber auch wenn sich die Kunden ändern und immer neue Themen entstehen – der Kern bleibt gleich. Hinz will ihre Hörer anstecken, mit ihrer Leidenschaft für gut erzählte Geschichten.

Für die Zukunft kann sich die Verlegerin gut vorstellen, noch stärker in multimedialen Teams zusammenzuarbeiten: Acht bis zehn Kreative, darunter App-Programmierer, Grafiker, Spiele-Entwickler. Und dazu Antje Hinz und Corinna Hesse mit ihrem Sinn für Töne, Klänge und Erzählungen. ■

Wie überlebe ich als freie Journalistin?

„Man gewinnt Kunden, wenn man authentisch, leidenschaftlich und glaubwürdig ist. Alle drei Jahre sollte man sich neu erfinden.“

rates. Die digitalen Verkäufe können das wegbrechende CD-Geschäft nicht auffangen, die Erlöse sind bei Flatrate-Anbietern minimal. Aufwendige Inhalte mit Qualitätsanspruch lassen sich online kaum refinanzieren, jedenfalls noch nicht, sagt die Verlegerin.

Weil sie nicht bereit waren, an der Qualität zu sparen, sind Antje Hinz und Corinna Hesse andere Wege ge-

Bis Jahresende stellen wir jeden Monat einen freien Journalisten mit seinem persönlichen Geschäftsmodell vor. Die ersten sieben Köpfe finden Sie zum Nachlesen auch auf journalist.de in der Rubrik Ratgeber → Handwerk & Beruf. Wenn auch Sie Lust haben, anderen Journalisten zu erzählen, wie Sie erfolgreich über die Runden kommen, schreiben Sie an journalist@journalist.de.