

Mutig, hartnäckig und voller Ideen

Er ist Künstler und Verleger: Seit fünf Jahren lenkt Philipp Keel den Diogenes Verlag, erschließt neue Geschäftsfelder, findet kluge Sätze und Autoren. Ein Besuch in Zürich. 🍷 STEFAN HAUCK

➔ »Schläft dieser Mann überhaupt? Angesichts seiner Produktivität scheinen 24 Stunden am Tag nicht zu reichen für Philipp Keel, zumal er zwei Leben lebt: eines als Verleger und eines als Künstler. Wie er das Pensum bewältigt, ist ihm auch nicht ganz klar, »aber das ist vielleicht ganz gut so. Wenn man drüber nachdenkt, würde es mich unnötig erschrecken.«

Für die Kunst bleiben ihm freie Tage, manchmal Wochenenden, die Nacht: »Dann ist es, wie wenn man ein Ventil öffnet – besser, als wenn man grübelt und vor dem weißen Blatt sitzt.« Einen Namen als Künstler hat sich der 48-Jährige längst gemacht; 1998 reüssierte er mit seinem ersten Fotoband »Look at Me«, entwickelte mit Epson den »Imbue Print« als neue Form des Kunstdrucks. Die daraus entstandenen Arbeiten hat Gerhard Steidl mit Philipp Keel 2003 im umfangreichen Band »Color« publiziert.

Am 6. Juli wird in der Bildhalle Zürich die Ausstellung »Philipp Keel – Splash« eröffnet, der gleichnamige Fotoband ist soeben bei Steidl erschienen. Ebenso experimentierfreudig wie akribisch bearbeitet er die Bilder im Labor, manch-

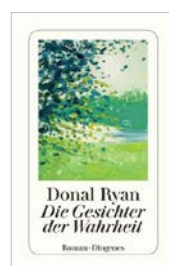
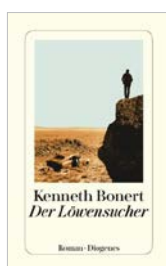
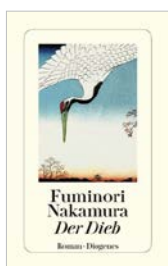
mal über Monate, um die Wirklichkeit zu verfremden: Das scheinbar Normale wird verrückt.

Liebe, Süßigkeiten, Buch Zudem schreibt Philipp Keel, der zunächst Musik in Boston, dann Film in München studierte und in der Werbung gearbeitet hat. Sein Fragebuch »All About Me«, 1998 in den USA erschienen, hat sich weltweit über drei Millionen Mal verkauft; ebenso der Folgeband »All About Us«. Auf Deutsch zuerst bei Knaur veröffentlicht, kommen die Bände im Herbst nun bei Diogenes – zwei ebenso unterhaltsame wie Denkanstöße gebende Selbstreflexionen.

Gleiches gilt für Keels Kampagne mit Postkarten und Tüten in den Buchläden: »Kinder brauchen Liebe, Süßigkeiten und ab und zu ein Buch« gehört zu den beliebtesten jener Sentenzen. »Ich dachte, es ist absurd, dass wir keine Botschaft in unsere Bücher legen.« Also entwarf er Texte, die den Wert des Buchs betonen, »Ein Schnitzel verschlingen Sie in zehn Minuten. Einen Roman eher nicht«. »Mir geht es nicht darum, zu belehren, sondern mit einem Schmunzeln zum Nachdenken anzuregen.«

Zweifel an der Verlegerrolle Details sind Keel wichtig, »ich mag es, wenn man sich Mühe gibt«. So hat er auch drei Jahre »herumgedacht«, um die Covergestaltung zu redesignen. Was die wenigsten wissen: Der hohe Wiedererkennungswert der Diogenes-Cover geht auf sein Konto. »Mein Vater hat für jedes Cover eine andere Schrift genommen, das war ohne Desktop-Publishing furchtbar aufwendig und hat ihm immer wieder schlechte Laune bereitet.« Philipp Keel schlug ihm die einheitliche Variante auf weißem Grund vor, was Daniel Keel mit den Worten »Mach du deinen Mist, ich mach meinen« ablehnte. Ein halbes Jahr später tauchten die weißen Cover dann doch im Programm auf.

Nun sitzt Philipp Keel inzwischen selbst seit fünf Jahren hinter dem Schreibtisch seines Vaters. »Meine größte Angst war, ob mich die Mitarbeiter, die Autoren, die Buchhändler und Leser akzeptieren.« Für sie war er nur der Sohn des Verlegers; kaum bekannt war, dass Daniel Keel ständig mit seinen Söhnen telefonierte, »das war in unserer Familie sehr ausgeprägt«. Der wirkliche Zweifel an der Verlegerrolle kam, als er sich fragte, ob er neue Autoren finden werde: »Ich bin literarisch verwöhnt mit großen Schriftstellern aufgewachsen, und man hat mir schon als junger Mensch vorgeworfen, ich sei kritischer als mein Vater und meine Mutter zusammen.« Was also, wenn er sich nicht für neue Autoren entscheiden könnte?



»Man muss mit Autoren reden, essen und lachen können«, sagt Keel und nennt Fuminori Nakamura, Kenneth Bonert und Donal Ryan



»Philipp Keel – Splash«: Am 6. Juli wird die Ausstellung in der Zürcher Bildhalle eröffnet, der Fotoband ist gerade bei Steidl erschienen



Keine Chnuschtis Die Angst war unbegründet, 51 neue Autoren hat er bereits gefunden. Er geht dabei wie bei einem Memo-Spiel vor: Zunächst liest er den Text, lässt sich darauf ein. Erst dann kommt die zweite Karte, ein Bild des Autors, seine Vita, seine Stimme: »Manchmal ist es verblüffend, wie beide Karten zusammenpassen.« Für Keel müssen Autoren »auch Menschen sein, mit denen man reden, essen und lachen kann«. Er zählt Fuminori Nakamura, Kenneth Bonert, Donal Ryan auf, »mit denen fühlt man sich wohl, das sind keine Chnuschtis«, wie der Schweizer verkorkste Eigenbrötler nennt.

Klaus Cäsar Zehrer hat er über einen seiner Autoren entdeckt: Benedict Wells ermutigte Zehrer, einen Roman zu schreiben – die beiden kennen sich aus der deutschen Autoren-Fußballnationalmannschaft. Nun ist Zehrer's Debüt »Das Genie« auf dem Titel der Diogenes-Herbstvorschau zu sehen.

Vorschüsse blockieren Keel legt Wert darauf, dass Diogenes der Autorenverlag bleibt, dass er Schriftstellern Zeit geben möchte: »Es hat keinen Sinn, dass wir uns für nur einen Roman aus dem Fenster lehnen, der große Wurf kommt vielleicht erst mit dem fünften Buch.« Vom ruinösen Einkauf per

» Ein Schnitzel verschlingen Sie in zehn Minuten. Einen Roman eher nicht. Philipp Keel



» Ich will mehr als nur Bücher machen.

Philipp Keel



➔ Scheckbuch hält er gar nichts: »Abgesehen davon, dass wir es finanziell gar nicht könnten, sind die hohen Vorschüsse der Anfang des künstlerischen Verderbens.« Es seien letztlich Vorschusslorbeeren, mit denen man zu hohe Erwartungen wecke, was den Schreibenden dann nur blockiere. »Wir unterstützen den Autor lieber in seiner literarischen Entwicklung.« Knapp 2 000 lieferbare Backlisttitel zeugen von der Treue des Verlags gegenüber seinen Autoren.

Daniel Keel sagte einmal, drei Viertel der Titel seien in den roten Zahlen, aber das restliche Viertel finanziere sie mit. Ist das immer noch so? »Noch schlimmer«, sagt sein Sohn und lacht. »Bücher macht man aus Leidenschaft.« Nur sei seit der Freigabe des Euro-Mindestkurses von 1,20 Franken im Januar 2015 »das Geschäft dramatischer« geworden, schließlich macht Diogenes mehr als 90 Prozent seines Umsatzes im Euro-Raum. Durften in den guten Jahren die 65 fest angestellten Mitarbeiter bis zum Auszubildenden an den Gewinnen partizipieren, musste Philipp Keel nun plötzlich kommunizieren, dass jeder mitdenken solle, wie ein Franken gespart und wie ein Franken verdient werden könne.

»Wenn es existenziell wird, weckt das Verantwortungsgefühle«, resümiert Keel und sagt, dass die familiär anmutende Geschäftsleitung »ein Segen war: In wenigen Wochen hatten wir unzählige Ideen.« Zwei Dinge waren dabei für Keel nicht diskutabel: der Standort Zürich sowie die Entlassung auch nur eines einzigen Mitarbeiters. Der Sparmodus ist in den Hinterköpfen implementiert. »Diese Leichtigkeit, mit der man sich vieles geleistet hat, ist nicht mehr da«, bedauert Keel, »aber wir machen trotzdem ein großes Programm.« Weniger ziehe oft eine Abwärtsspirale nach sich, also müs-

se man mehr Mut haben. Keel geht neue Wege.

So hat er Notizbücher in edelster Leinenausstattung und drei Größen entwickelt, deren Seiten perforiert sind: »Oft hat man ein schlechtes Gewissen wie bei Tagebüchern, die nie voll werden. Hier trennt man die Seiten heraus und hat ein gutes Gefühl, weil Dinge sichtbar erledigt werden.« Die Einfachheit passe wunderbar in die Gegenwart, was auch für die Retro-Ausgabe von »Ferdinand, der Stier« (20 000 verkaufte Exemplare in kurzer Zeit) und Dick Brunas seit 1955 erschaffene »Miffy«-Bücher gelte, für die er sämtliche Rechte erworben hat: 100 000 »Miffy«-Artikel samt Stoff-

DIOGENES-HARDCOVER-TOP-TEN DER VERGANGENEN FÜNF JAHRE

- 1 Martin Suter: »Montecristo« (300 000 verkaufte Exemplare)
- 2 Donna Leon: »Das goldene Ei«
- 3 Paulo Coelho: »Untreu«
- 4 Donna Leon: »Tierische Profite«
- 5 Donna Leon: »Tod zwischen den Zeilen«
- 6 Bernhard Schlink: »Die Frau auf der Treppe«
- 7 Donna Leon: »Endlich mein«
- 8 Paulo Coelho: »Die Schriften von Accra«
- 9 Benedict Wells: »Vom Ende der Einsamkeit«
- 10 Martin Walker: »Femme fatale« (190 000 verkaufte Exemplare)

tieren wurden seit Frühjahr verkauft. Keel nutzt die Marke: »Ich will mehr als nur Bücher machen und Dinge produzieren, für die wir uns nicht zu schämen brauchen. Daran versuche ich mit unserem Team zu arbeiten.«

Neues Geschäftsfeld Film Belletristik bleibt der Schwerpunkt, aber er will das Kinderbuch ausbauen und unbedingt wieder Cartoonbände herausbringen: »Die Leute wollen wieder das Besondere, das Klassische und gut Gemachtes, das ist ein internationaler Trend.«

Auch wenn Keel operativ freie Hand hat: Wenn es um neue Geschäftsbereiche geht, spricht er sich mit seinem zwei Jahre älteren Bruder Jakob ab, der Präsident des Diogenes-Verwaltungsrats ist. Dass die Zusammenarbeit so reibungslos verläuft, ist für ihn »ein kleines Wunder«. Zu den neuen Geschäftsfeldern gehört die 2016 gegründete Tochterfirma Diogenes Entertainment, bei der Keel als Executive Producer die Filmproduktionen von Stoffen begleitet, an denen Diogenes die Rechte besitzt. Bei den Verfilmungen von Schlinks »Vorleser« und Süskinds »Parfum« hätte man bessere Gewinnbeteiligungen verhandeln müssen, weiß Keel und sieht wachsenden Bedarf auf Seiten der Filmemacher: »Die Studios entwickeln immer weniger Stoffe selbst, in den USA suchen sie händierend nach Büchern und kaufen in Europa ein.« Pro Woche bekommt Keel mehr als ein Dutzend Anfragen für Filmprojekte – »und wir haben ja einen beachtlichen Fundus an Film- und Theaterrechten«.

Gibt es bei all dem Trubel einen vertrauten Berater, wie ihn Daniel Keel in seiner Frau Anna hatte? »Meine Partnerin natürlich und Freunde, denen ich vertraue. Und auch im Hause gibt es in jedem Bereich eine Nanny für mich«, meint der Verleger und lächelt. Er höre sich gern an, was die Mitarbeiter denken, evaluiere und bilde sich schließlich ein Urteil. »Aber ich ziehe nicht mein Ding durch, so bin ich nicht. Auch wenn man als Verleger vor allem Nein sagen können muss.« **sb**