

Von Christiane Hoffmans

Von der Kunst, gegen den Trend zu handeln

Ab Donnerstag präsentiert Feymedia zum ersten Mal sein Programm hochwertiger Kunst- und Fotobücher auf der Frankfurter Buchmesse. Ein Wagnis, das der neue Düsseldorfer Verleger Erwin Fey eingeht – sind doch die Verkaufszahlen gerade in diesem kleinen Segment rückläufig

KUNST HAT keine Konjunktur. Das jedenfalls behauptet der Börsenverein des Deutschen Buchhandels, der traditionell kurz vor dem Start der Frankfurter Buchmesse seinen jährlichen Marktreport veröffentlicht. Während die Belletristik-Verleger mit einem Zuwachs von acht Prozent zufrieden sein dürften, verzeichnet die Abteilung Sachbuch einen Rückgang von rund drei Prozent. Die Kunstbuchverlage, die unter diese Rubrik fallen, tragen zu dem Minus mit 2,2 Prozent bei. Das dürfte die Branche nicht gerade heiter stimmen und alle abschrecken, die in letzter Zeit daran gedacht haben, einen Verlag zu gründen, der sich auf Fotografie, Kunst und Architektur spezialisiert. Wer den Sprung ins Verlagswesen wagen will, sollte sich im Sportsegment umschauen, das mit einem Plus von 11,3 Prozent zu den Gewinnern des Jahres gehört.

Doch es gibt Menschen, die lassen sich trotz wenig attraktiver Marktprognosen nicht davon abhalten, ihre eigenen Ideen in die Tat umzusetzen. Und wer will schon nur Ratgeber für schweißtreibende Körperübungen herausgeben, wenn sein Herz für das Schöne in der Welt schlägt?

Erwin Fey gehört zu den Menschen, die glauben, dass es für perfekte Kunst- und Fotobücher auch in schwierigen Zeiten einen Markt gibt. Der Jurist aus Bergheim hat vor zwei Jahren den Schritt ins Verlagswesen gewagt und die Firma Feymedia gegründet. In Düsseldorf bezog er weitläufige Büroräume, die zurzeit allerdings noch eine Nummer zu groß sind für das junge Unternehmen – oder anders formuliert, die darauf warten, dass der Verlag in Zukunft kräftig wächst.

Ein Garant dafür könnte das weiße UFO sein, das vor wenigen Tagen auf dem Bürotisch des Verlegers gelandet ist. UFO steht für „Unified Fashion Objectives“ und ist ein Prachtexemplar unter den Fotobüchern. Mit UFO will Feymedia ab Mittwoch während seiner Premiere in Halle 4.1 auf der Frankfurter Buchmesse renommieren.

Erwin Fey nähert sich dem Buch mit weißen Baumwollhandschuhen. Vorsichtig blättert er in dem sorgfältig gedruckten Hochglanzprodukt mit meisterhaften Porträt-, Mode- und Reportage-Fotos. Die strengen Kompositionen lustvoller Sujets sind von Albert Watson, einem der international bekanntesten Fotografen. UFO ist kein Buch für den Coffee Table, sondern ein Sammlerstück. Das Buch, das Feymedia gemeinsam mit dem neuseeländischen Unternehmen PQ Blackwell produziert hat, dürfte für den noch unbekanntesten deutschen Verlag der „Ritterschlag“ sein. So jedenfalls sieht es Erwin Fey, der darüber hinaus in seiner Online-Galerie eine Edition mit fünf Watson-Motiven in einer 100er-Auflage für je 700 Euro anbietet.

Mit dem Ritterschlag könnte Fey Recht behalten, denn es ist schon ein Kunststück, einen Star-Fotografen wie Watson zu überzeugen, sein Buch einem Branchenneuling anzuvertrauen. Dass Fey dieser Coup gelungen ist, verdankt er seiner beruflichen Vergangenheit. Denn obwohl er zu den Jung-Verlegern zählt, ist Fey alles andere als ein Berufsanfänger. Der 63-Jährige, der viele Jahre als Unternehmensanwender für die Treuhandanstalt in der ehemaligen DDR unterwegs war, kaufte 1995 die Bildagentur Zefa (Zentrale Farbbildagentur). Das Düsseldorfer Familienunterneh-



Das dänische Fotomodel Helena Christensen, in Szene gesetzt von Albert Watson im Jahr 1991

men befand sich in einer Schieflage, weil es neue Herausforderungen der Branche wie die Digitalisierung von Fotografien nicht erkannt hatte. Innerhalb von zehn Jahren machte Fey den betagten Laden zur größten Bildagentur Europas und zur Nummer drei in der Welt. Die Zefa visual media, wie sie jetzt hieß, vermarktete Bildrechte von Fotografen und beauftragte Fotografen. Fey trieb die Digitalisierung voran und dank der Verfügbarkeit der Bestände und der innovativen Fotos stiegen die Verkaufszahlen des Unternehmens. Vor allem den amerikanischen Konkurrenten Corbis und Getty images machte es Zefa auf dem europäischen Markt schwer.

Fey und seine Kollegen verstanden es, den ästhetischen Geschmack der europäischen Kunden besser zu bedienen als die amerikanischen Unternehmen. „Die bekamen in Deutschland keinen Stich“, sagt Fey. Und das, obwohl Zefa mit 180 Mitarbeitern deutlich kleiner war als ihre Konkurrenten. Die unbefriedigende Lage auf dem europäischen Fotomarkt muss Corbis, der mit 100 Millionen Bildern größten Bildagentur der Welt, ein Dorn im Auge gewesen sein, denn das Unternehmen, das dem Microsoft-Gründer Bill Gates gehört, machte Fey ein Übernahmeangebot.

2005 verkaufte dieser Zefa an Corbis für einen zweistelligen Millionenbetrag. Erschöpft von den schwierigen Verhandlungen zog er sich nach Südfrankreich zurück und tat dort, was wohlhabende Vorrühständler so tun: Sich langweilen – und dabei neue Projekte aushecken. Die Vorstellung, in einer Branche zu arbeiten, in der er seine Erfahrungen, Vorlieben und Beziehungen einbringen kann, brachte ihn auf die Idee, einen Verlag für Kunstbücher mit Schwerpunkt Fotografie zu gründen.

Seine Beziehungen zu Corbis nutzte Fey postwendend. Im Herbst 2009 brachte er gemeinsam mit seiner langjährigen Mitarbeiterin Susanne Mendack den opulenten Bildband „Schatzkammer der Fotografie“ heraus. Präsentiert werden darin Schlüsselwerke des 19. und 20. Jahrhunderts aus dem Bettmann-Archiv, das Corbis gehört. Dieses Archiv ist eine Rarität. Es umfasst rund elf Millionen hochsensible Bilder, Negative und Glasplatten, die aus konservatorischen Gründen in einem ehemaligen Bergwerk in Pennsylvania lagern. Darunter befinden sich das Foto Albert Einsteins mit herausgestreckter Zunge und Marilyn Monroes tanzender Rock über dem Lüftungsschacht. „Ein Buch, das sich in dieser Form mit dem historischen Archiv auseinandersetzt, gab es bislang noch nicht“, sagt Fey.

Mit diesem Fotoband sorgte er für Aufmerksamkeit bei ernst zu nehmenden Konkurrenten, bei bekannten Verlagen wie Schirmer in München, Steidl in Göttingen und Taschen in Köln. Der Kunstbuchmarkt ist überschaubar, so dass Neugründungen wie Feymedia sofort auffallen. Auf der Frankfurter Messe präsentiert Feymedia neben seinem UFO-Buch auch den druckfrischen Band über „Päpste – seit Anbeginn der Fotografie“. Das Cover dieses Buches schmücken Papst Benedicts rote Prada-Schuhe. Vielleicht schlendert ja der Bibliothekar des Vatikans am Stand G541 vorbei. Dann wird das Feymedia-Buch demnächst sicher auf dem Schreibtisch des Papstes liegen.

■ Frankfurter Buchmesse: 6. bis 10. Oktober, geöffnet Samstag (9 bis 18.30) und Sonntag (9 bis 17.30)

ALBERT WATSON