



TM © 2010 THOIP

Kess und kultig

Ob glücklich, schüchtern, stur oder lustig – die Figürchen der britischen Bilderbuchserie Mr. Men erklären Kindern Emotionen und Charakterzüge auf spielerisch-humorvolle Art und sind ein weltweiter Verkaufserfolg. Die Münchner Verlegerin Susanna Rieder sicherte sich 2009 die Lizenz für die quirligen Kerlchen und gibt zum 40-jährigen Jubiläum der Serie bereits die zweite Staffel heraus.

Verschmitzt blickt Miss Hokuspokus den Betrachter vom Cover des kleinen Büchleins an. Ihr ganzer Körper besteht aus einer einzigen Kugel, zwei Minifüße darunter. Allen Grund hat sie, vergnügt zu sein, besitzt sie doch die Gabe, ihre Wünsche umgehend in Erfüllung zu zaubern. Will sie sich die Zähne putzen, genügt das Wörtchen „quetschen“ und schwups drückt sich die Zahnpasta von alleine aus der Tube – Miss Hokuspokus ist Susanna Rieders Lieblingsfigur. Kein Wunder, da sie doch selbst des Zauberns mächtig zu sein scheint. Aber der Reihe nach!

Wenig Chancen schien die Verlegerin zu haben, damals im Sommer 2009: Die Rechte an der britischen Buchreihe Mr. Men sollten in Deutschland neu vergeben werden. Es war klar, dass sich mancher Big Player des Kinderbuchsegments um die Lizenz reißen würde, schließlich ist Mr. Men eine internationale Erfolgsgeschichte. Susanna Rieder, die sich 2008 als Verlegerin von Kinderbüchern selbstständig gemacht hatte, ließ sich dennoch nicht entmutigen, rechnete zwei Nächte lang alles durch und gab ein Angebot ab. Dann hieß es erst einmal abwar-

ten. „Den Zuschlag erhielt ich zwei Tage vor Weihnachten 2009“, berichtet Rieder. Offenbar waren die großen Verlage zu zögerlich gewesen, die internen Entscheidungswege zu lang. Ein anderer Kleinverlag hatte allerdings doppelt so viel geboten wie Rieder selbst. Dennoch: „Die britischen Rechtegeber hielten mein Angebot für realistischer und außerdem gefiel ihnen der bibliophile Hintergrund meines Programms sehr gut“, erklärt sie.

Im September 2010 schließlich brachte sie die erste Mr. Men-Reihe auf Deutsch an den Start – kleine, niedrigpreisige Büchlein (2,10 Euro) im Pixi-Format, jedes einem kreisrunden, knallbunten Figürchen gewidmet, das eine Emotion oder einen Charakterzug verkörpert.



Schreibt dank Mr. Men bald schwarze Zahlen mit ihrem jungen Buchverlag: Susanna Rieder

Vom Werbefachmann zum Erfolgsautoren

In Großbritannien, wo die Serie bereits 1971 begründet wurde, sind Mister Glückliche, Miss Sonnenschein oder Mister Perfekt längst Kult: Erfinder Roger Hargreaves arbeitete

damals als Kreativdirektor in einer Londoner Werbeagentur und musste täglich aus dem Umland in die City pendeln. Der Wunsch, etwas zu erfinden, das ihm die Freiheit ermöglicht, von zu Hause zu arbeiten, ließ die kleinen Figuren entstehen. Mister Tickle (Mister Kitzel) entsprang als erster aus der Feder von Hargreaves, hatte sein Sohn im doch die Frage gestellt: „What does a tickle look like?“. Bis zu seinem frühen Tod 1988 schuf Hargreaves über 80 Charaktere, inzwischen führt sein Sohn Adam die Reihe fort und erweitert sie sukzessive um neue Bände (siehe Infokasten S. 52). Weltweit wurden bis dato 100 Mio. Exemplare aus der Serie abgesetzt. Auch in Deutschland gab es in den 1980ern einzelne Übersetzungen (unter dem Titel „Unsere Herren und unsere kleinen Damen“), danach verschwanden sie zunächst wieder vom Markt. Susanna Rieder hatte Mr. Men schon 2007, noch vor der Gründung ihres eigenen Verlags, im Auge: „Ich kannte die Bücher aus England und Frankreich, wo ich bzw. mein Mann studiert hatten. Und ich konnte mir nicht vorstellen, dass Deutschland ohne diese Bücher auskommen kann“, erinnert sich die 39-Jährige. Zu jenem Zeitpunkt mochten sich die Briten aber noch nicht zu einer Lizenzvergabe in Deutschland entschließen.

Dass es zwei Jahre später doch klappte, war für Rieder freilich ein großes Erfolgserlebnis und eine Bestätigung ihrer verlegerischen Arbeit. Als Literaturwissenschaftlerin und gelernte Verlagskauffrau hegte die zweifache Mutter vor einigen Jahren den Wunsch, in die Selbstständigkeit zu wechseln. „Reine Herzensangelegenheit“ sei dabei die Entscheidung für das Kinderbuch gewesen, sagt sie, „dafür habe ich seit vermutlich meinem eigenen vierten Lebensjahr eine absolute Leidenschaft. Das Gefühl von Freiheit, das Glück des Verstehens und Zusammensetzens, die Schulung und Schärfung der Wahrnehmung und der Vorstellungskraft, das ist ein unvergleichliches Erlebnis, an das ich mich tatsächlich noch selbst erinnern kann, das mich immer begleitet hat, auch beim erwachsenen Lesen, und das ich jetzt wieder mit meinen beiden Kindern bei unseren gemeinsamen Lektüren teile.“

Feiner Lesestoff aus Finnland und Italien

Acht Bände von Mr. Men erschienen im vergangenen September zunächst, übersetzt von Rieders Schwester Lisa Buchner und Nele Maar, der Ehefrau des Kinderbuchautoren Paul Maar. Die bisherigen Verkaufszahlen lassen Rieder frohlocken: Entgegen ihres ursprünglichen Businessplans ist die zweite Auflage bereits im Druck – eine enorme Chance für den Kleinverlag: „Das trägt dazu bei, dass ich bis Mitte 2011 mit ausgeglichenen Zahlen rechne und spätestens ab dem dritten Quartal mit Gewinn“, so Rieders Prognose.

Ihre verlegerischen Ideen werden in München-Pasing geboren, dort hat sie ihr Verlagsbüro im Eigenheim direkt neben Küche und Wohnzimmer eingerichtet. Wenn Mr. Men weiter auf der Erfolgswelle reitet – und das 40-jährige Jubiläum der Reihe in 2011 ist eine gute Voraussetzung dafür – vergrößert sich der Spielraum für einen Ausbau des Programms mit weiteren Niscentiteln. Denn bei der Zusammensetzung ihres Programms setzt Rieder hohe Qualitätsmaßstäbe an: „Die Verlagsgründung im Kinderbuch war auch eine Reaktion auf den Markt, der mir teilweise recht monoton und nicht sehr innovationsfreudig erschien. Mein Anspruch war von Anfang an, humorvolle, herausragende und schöne Bücher zu verlegen“, bekräftigt sie. Dabei hat sie sich zum Ziel gesetzt, Schätze der

Kinderliteratur in weniger populären Sprachräumen zu heben. Das finnische Sandmännchen *Nunnu* etwa, das sie auf der Kinderbuchmesse in Bologna entdeckte und 2008 in ihr Programm aufnahm. Die Originalversion stammt bereits aus dem Jahr 1965.

Auch im italienischen Kinderbuchmarkt entdeckte Rieder ein paar „Orchideen“, die sie sich als Lizenz pflückte: Die Tierkinderbücher, in denen sich dem Nachwuchs die Welt der Tiere in Wort und Bild erschließt, ebenso wie das Bilderbuch *Mama ist wie ein Baum*.

Abgesehen von dem hohen ästhetischen Anspruch, den Rieder an das eigene Programm hat, ist die Spezialisierung auf ausländische Lizenzen auch ökonomisch begründet. „Der Arbeitsaufwand für einen Kleinverlag wie den meinen ist geringer, wenn ich ein fertiges Buch kaufe und nur die Übersetzung und vielleicht einige grafische Anpassungen liefern muss. Das lässt sich leichter bewerkstelligen als die Entwicklung eines ganz neuen Produkts“, befindet Rieder. „Einziger Nachteil ist vielleicht, dass es teuer oder manchmal schlicht unmöglich ist, Autoren oder Illustratoren aus dem Ausland einfliegen zu lassen, beispielsweise für Lesungen“, gibt sie zu bedenken. Klappt es doch, ist der Effekt freilich umso größer. Zur letzten Europäischen Kinderbuchmesse in Saarbrücken etwa reiste die Übersetzerin der ursprünglich griechischen Erstlesereihe *Die Büchermaus* von einer griechischen Insel an.

Nahziel Verkaufsausweitung

Für große Aufmerksamkeit dürfte in diesem Jahr auch der runde Geburtstag von Mister Kitzel und Co. sorgen und zugleich manchen potenziellen Lizenznehmer aufhören lassen. Seit kurzem gibt es

Acht druckfrische Bände für den Verkaufsstart im März: Das 40-jährige Jubiläum von *Mr. Men* wird auch in der überregionalen Tagespresse begleitet





Leuchttürme im international ausgelegten Programm: *Nunnu* ist das Sandmännchen der Finnen, die *Büchermaus* für Erstleser stammt aus Griechenland, ein Bilderbuch über die Mutter-Kind-Beziehung und Sachbücher zur Tierwelt spürte Susanna Rieder in Italien auf

bereits PEZ-Süßwarensponder mit den Charakteren der Serie, ebenso ein Puzzle von Schmidt Spiele. Der Heye Verlag bringt die bunten Herren und Damen ab 2012 ins Kalenderformat. Rieder ihrerseits hat sich als eine der wichtigsten Aufgaben für 2011 zum Ziel gesetzt, den Vertrieb „auf alle sinnvollen Kanäle auszuweiten und zu stabilisieren.“ Reiste sie anfangs noch selbst zu den Buchhandlungen, arbeitet sie seit Anfang dieses Jahres erstmals mit regionalen Vertretern zusammen.

Mit Großkunden im Bahnhofsbuchhandel, ebenso wie mit Kauf- und Warenhäusern ist sie ebenfalls in Gesprächen. Im Hinblick auf den gelungenen Einstand der Reihe seit verganginem September kann Rieder jedenfalls sehr optimistisch sein – eine entfernte Verwandtschaft mit Miss Hokuspokus ist da nicht abzustreiten: „Ich sage zu den Büchern: Verkauf Euch gut! Und sie verkaufen sich blendend!“, sagt Rieder schmunzelnd. (jh)

Mr. Men – eine Erfolgsstory mit britischem Ursprung

Miss Geburtstag ist eine äußerst nette Person. Für alle denkt sie sich stets das ultimative Geschenk aus. Miss Spät zum Beispiel, die nie pünktlich kommt, beschert sie eine tragbare Bushaltestelle, die sich immer dort aufstellen lässt, wo sie gerade einsteigen möchte – drollige Charaktere, viel Humor und schlichte, aber ausdrucksstarke Illustrationen: Das Konzept, das sich Roger Hargreaves, Schöpfer der Buchreihe Mr. Men, erdachte, ist simpel und genial zugleich. Keine der einzelnen Geschichten dauert länger als fünf Minuten, Hargreaves selbst bevorzugte es, seinen Kindern kurze Stories vorzulesen. „Bedtime stories



Schöpfer der smileyartigen Kultfiguren: Roger Hargreaves (1935-88) in seinem Atelier mit Skizzen zu Mister Noisy

for weary daddies“, so beschrieb er seine Bücher einmal selbst. Wer wüsste das besser als sein Sohn Adam, der die Serie seit dem plötzlichen Tod seines Vaters 1988 fortführt. Dem Regionalmagazin *SUSSEX LIFE*, das in Südenland erscheint – ebendort, wo Adam Hargreaves lebt und arbeitet – gelang kürzlich ein

Interview mit dem Autoren und Zeichner, der die Öffentlichkeit sonst eher meidet.

Anlässlich des 40. Geburtstages von Mr. Men in diesem Jahr plauderte er aber ein wenig aus dem Nähkästchen: Als Roger Hargreaves starb, war er selbst 25 Jahre alt, Schafzüchter und nicht wirklich darauf vorbereitet, in die Fußstapfen seines Vaters zu treten. Innerhalb von neun Jahren hatte dieser 39 Mr. Men-Bücher herausgebracht, gefolgt von diversen Little Miss-Geschichten in den Achtzigern. Das Tempo konnte sein Sohn freilich nicht ganz halten, gleichwohl enttäuschte er die Fans nicht. Eine zeichnerische Ausbildung hatte er in jungen Jahren bereits absolviert und bis heute setzt er die bei der britischen Egmont-Verlagstochter erscheinende Serie mit immer neuen Charakteren fort.

Selbst im Peoplemagazin vertreten

Die Basis für langfristigen Erfolg hatte Roger Hargreaves zudem früh gelegt: Seine Kenntnisse der Werbe- und Marketingszene mögen dazu beigetragen haben, dass er rasch eine breite Vermarktung der kreisrunden Kerlchen anstieß. Bereits Mitte der 70er Jahre wurde eine TV-Serie zu Mr. Men aufgelegt, es folgten alle erdenklichen Merchandising-Produkte. 2004 verkauften Adam Hargreaves und seine Familie die Rechte an der Serie an die Mediengruppe Chorion, die zum Beispiel auch die Urheberrechte an den Werken von Agatha Christie und Enid Blyton hält.

Übrigens zieht die Begeisterung für Mr. Men selbst in der Promiszene Kreise. Die britische TV-Moderatorin Paula Yates etwa trug ein „Little Miss Trouble“-T-Shirt nach der Trennung von ihrem Mann Bob Geldof. Und für Stella McCartney zeichnete Adam Hargreaves 2006 ein Büchlein eigens für eine ihrer Modeschauen. Auch hierzulande mischen sich die Bilderbuchfiguren unter Stars und Sternchen: Die *GALA* widmete sich Mr. Men und Little Miss im Oktober 2010 in ihrer Rubrik „Smalltalk“ mit der Schlagzeile „Worauf wir uns freuen“.