

# Der Quereinsteiger

Mit dem **Conbook Verlag** setzt Matthias Walter auf Reiseliteratur an der Schnittstelle zwischen Reiseführer und Sachbuch

## Porträt

In seinem ersten Berufsleben arbeitete Matthias Walter als Marketing- und Kommunikationsfachmann in Werbeagenturen und Unternehmen.

In der Freizeit unterstützte er seine Eltern bei ihrem „Hobby“, Reiseführer zu ihrem Traumziel Kanada herauszubringen – und entdeckte die Freude am Bücher machen. „Ich hatte vom Verlagsgeschäft wirklich wenig Ahnung“, gesteht er. „Aber ich bin ein Unternehmervater, das hat mir bei der Entscheidung geholfen, es zu versuchen.“ Er kündigte und machte das Verlegen von Reiseliteratur zu seinem Beruf. Er arbeitete sich in die Gepflogenheiten der Buchbranche ein. Schnell war klar: „Kanada allein reicht nicht“ – das war der Einstieg in die Programmearbeit. Interkulturelle Aspekte des Reisens, Lebensweisen, Traditionen und Kulturen aus anderen Ländern haben Walter schon immer fasziniert. Er machte sich auf die Suche nach Autoren. Und er gewöhnte sich an den, nach der aufreibenden Agenturzeit für ihn „langsameren Rhythmus“ des Buchmarktes und auch daran, „dass es zwei, drei Jahre braucht, um bei den Kunden, aber auch im Handel als neuer Verlag wirklich wahrgenommen zu werden“.

*Die Axt im Chrysantemenwald. 50 Wege, sich in Japan zu blamieren* erschien 2010 und kam bei einem jungen, humorverständigen Leserkreis sehr gut an: „Damit hatten wir den Fuß im Buchhandel.“ Andere Länder wurden auf dieselbe augenzwinkernde, aber informative Weise beleuchtet, damit war die Reihe der „Fettnäpfchenführer“ geboren. Matthias Walter stellte die ersten externen Mitarbeiter ein. Es lief immer besser, Nebenmärkte wurden erschlossen. Walter: „Das war eine Phase, in der wir viel ausprobierten.“ Conbook engagierte sich verstärkt für das erzählende Reisesachbuch. 2014 kam *Boarderlines*, der selbsterlebte Bericht eines Profisurfers

**Matthias Walter:** „Unsere Reisesgeschichten lesen sich wie Krimis“



heraus und wurde schnell zum Erfolg, aktuell ist er in der neunten Auflage.

Doch für Matthias Walter war nun wieder Zeit für einen Einschnitt: „Ich hatte ohne Masterplan losgelegt, und fühlte mich von der Entwicklung etwas überrollt. Ich hatte nur noch gearbeitet und fühlte mich wie im Hamsterrad – da habe ich die Reißleine gezogen und schob eine kreative Pause ein.“ Dem jungen Familienvater wurde schnell klar: „Bücher machen ist das, was ich machen will, aber zu normaleren Bedingungen, nicht mehr ganz rund um die Uhr.“ Er überprüfte Arbeitsprozesse, optimierte Abläufe. Und er schärfte das Programm, entrümpelte. Die Entscheidung: „Kein zu starker Genremix mehr.“ Eine Edition mit Wirtschaftsratgebern stellte Walter ein. Seitdem konzentriert er sich auf Reiseerzählungen, interkulturelle Sachbücher und bildfokussiertere Reisebücher, zum Beispiel die Bildband-Reihe „151“ im handlichen Broschurformat mit jeweils 151 Momentaufnahmen und Stichworten zu einem Land, die sich zu einem Porträt der jeweiligen Nation verdichten.

Das war der Moment, als sich die Vertriebskooperation mit MairDumont anbahnte. Matthias Walter sagte zu. Seit Anfang 2019 ist Conbook im Vertreterportfolio von MairDumont vertreten. „Das war eine wichtige Entscheidung, das Vertriebsteam ist großartig, es kann leisten, wozu wir alleine nicht imstande gewesen wären. Und Conbook bringt neuen, kreativen Input. So ergänzen wir uns bestens.“ Am Firmenstandort in Neuss konzentriert sich das fünfköpfige Team nun auf die Programmearbeit, im letzten Jahr wurde ordentlich ausgebaut. Es erschienen 58 neue

Titel, allein 32 neue „Fettnäpfchenführer“. Dass sich im Segment des erzählenden Reisesachbuches auch andere tummeln, macht Walter keinen Kummer. „Die erzählende Reiseliteratur und das bildbetonte Sachbuch haben Potenzial, gerade jetzt. Weil es nicht nur Information bietet wie ein klassischer Reiseführer, sondern weil es auch Emotionen bedient. Das ist wie bei Krimis, das Kundenpotenzial ist groß und inhaltlich gibt es immer wieder neue, subjektive Varianten.“

Dann kam nun der Corona-Schock. „Wir haben uns, auch in der finanziellen Planung, darauf eingestellt, dass es länger brauchen wird, um diesen Einschnitt zu kompensieren. Aber ich bin zuversichtlich: Reisen ist ein erheblicher Wirtschaftsfaktor; für die Menschen ist das Reisen fester Bestandteil ihres Lebens.“ Dennoch wird sich die Krise auf die Art des Reisens auswirken, davon ist Matthias Walter überzeugt. „Die Menschen werden kurzfristig der Heimat treuer bleiben und hoffentlich auch nachhaltiger unterwegs sein. Darauf richten wir uns ein. Aber wir sind ja nicht destinationsfixiert.“ Im September kommen erst einmal die Berichte von zwei sehr unterschiedlichen Abenteuern: In *aWay – Wie ich nichts mehr zu verlieren hatte und per Anhalter von London nach Australien reiste* erzählt Nic Jordan mit großer Offenheit von einer mutigen Reiseentscheidung; in *Land oder Leben – Wie unser Traum von einer Farm in der amerikanischen Wildnis endete* geht es um ein Aussteigerprojekt, einer Familie in den Catskill Mountains. Walter: „Bei uns geht es auch ums Reisen im Kopf. Und das geht immer.“

Mex