

Die Köpfe hinter der Schreibmaschine

Ein Gespräch mit den Machern des Berliner Verlagshauses J. Frank gestattet einen Blick hinter die Kulissen: über die Geburt der Idee bis zum heutigen Verlagskonzept.

Das Verlagshaus J. Frank | Berlin wurde im Jahr 2005 gegründet und begleitet seitdem junge AutorInnen auf ihrem Weg in eine literarische Zukunft. Die »*Belletristik. Zeitschrift für Literatur und Illustration*« war der erste Meilenstein in der Verlagsgeschichte, aus dem sich viele weitere Projekte entwickelt haben. Ein Teil des Verlagsteams, Johannes Frank (Herausgeber, Lektor & Autor), Dominik Ziller (Herausgeber, Designer & Kreativdirektor) und Andrea Schmidt (Editorial Design & Type Direction) unterhielten sich über die Entstehung des Verlags, über Corporate Design, Gestaltung von Magazinen und Büchern und Prozessabläufe im Hintergrund des Verlagsgeschäftes. Der eigene Anspruch, den Austausch unter den Künsten zu fördern und vor allem zu fordern, drückt sich nicht nur in der literarischen und gestalterischen Qualität der Verlags-erzeugnisse aus, sondern wird auch an zahlreichen, mit dem Verlag eng verknüpften Nebenprojekten deutlich.

Johannes Frank: Die Gründung des Verlags war eine Zufallsgeburt – so zufällig, wie eine Geburt eben ist. Ich erinnere mich an ein Gespräch mit Dominik in meiner damaligen Wohnung. Es war unser erstes Treffen, über Umwege waren wir zusammengekommen und in die Lage versetzt worden, einige Stunden miteinander allein in einer Wohnung zu verbringen. **Dominik Ziller:** An viel kann ich mich nicht mehr erinnern, außer, dass wir uns innerhalb von zehn Minuten einigten, gemeinsam eine Literaturzeitschrift herauszugeben.

Johannes Frank: Weder kannte Dominik meine Vorstellungen von Literatur noch kannte ich auch nur ein einziges Beispiel seiner Arbeit, aber in der Hitze der Sympathie und der Begeisterung spielte all das auch gar keine Rolle. Die Parallele mit der Geburt wird vielleicht deutlich ... Wir wollten junge deutschsprachige Literatur der Öffentlichkeit präsentieren, in einem innovativen Medium, mit dem Anspruch höchster Qualität – und wir dachten, das sei eine ganz neue Idee. – Völliger Unsinn natürlich. Dass um uns herum gerade der Jugendwahn ausgebrochen war, »jung« plötzlich zum Qualitätssiegel erhoben wurde und sich Unterirdisches als Astrales verkaufen ließ, davon wussten wir nichts, als wir die ersten Aufrufe für Texte und Illustrationen für die *Belletristik* schalteten.



**VERLAGSHAUS
J.FRANK | BERLIN**

Johannes Frank // Herausgeber, Lektor & Autor // Johannes CS Frank ist in Southend-on-Sea, Kiel und Heidelberg aufgewachsen. Er studierte Alt-Griechisch, Anglistik, Amerikanistik und Theologie an der Humboldt-Universität zu Berlin. Seit 2005 führt Johannes CS Frank das Verlagshaus J. Frank | Berlin. Er ist der Herausgeber der *Belletristik. Zeitschrift für Literatur und Illustration* und der Buchreihe *Bibliothek Belletristik*. Johannes CS Frank hält Lesungen und Vorträge im In- und Ausland und trat seit Gründung des Verlagshauses J. Frank | Berlin als Veranstalter von weit über einhundert Lesungen auf. Zudem arbeitet er als bilingualer Autor, freier Übersetzer und am Abraham-Geiger-Kolleg an der Universität Potsdam. Sein dreisprachiger Gedichtband *Erinnerungen aus Kupfercrème* ist erschienen bei Luxbooks, 2009.

Andrea Schmidt: Wie war es denn am Anfang? Von der Idee bis zur Geburt ist es ja ein weiter Weg und auch vom Aufruf, Texte einzusenden bis hin zum gedruckten Wort braucht es seine Zeit.

Johannes Frank: Ehrlich gesagt war es kein sonderlich weiter Weg von der ersten Idee im November 2005 bis hin zur ersten Ausgabe im Januar 2006. Wir hatten bald schon eine sehr klare Vorstellung davon, wie die Zeitschrift aussehen sollte. Es war eher so, dass wir in kurzer Zeit viel geschafft haben. Man muss aber auch sagen, dass wir zu Beginn sehr viele Fehler gemacht haben. In dieser Zeit der ersten zaghaften Schritte fielen zwei große Fehlentscheidungen und zwei – wie ich immer noch behaupte – mir aufgezwungene Entscheidungen, die den Verlag heute tiefer prägen, als ich es mir hätte vorstellen können. Diese erste Fehlentscheidung war die Unterzeile des Titels.

Es stand von vornherein fest, dass das Magazin *Belletristik* heißen sollte. Wir hatten allerdings das Gefühl, dass die Zeitschrift, um als das wahrgenommen zu werden, was sie ist, noch einer Unterzeile bedürfe. Wir entschieden uns für eine unheimlich schlechte Unterzeile. Nicht nur, dass sie sich schlecht las und schlecht klang, die Unterzeile stellte einen Hinderungsgrund für den Kauf der Zeitschrift dar. Sie wechselte noch zweimal, bis endlich das dort stand, was das Magazin ist: eine »Zeitschrift für Literatur und Illustration«.

Andrea Schmidt: Was war die zweite Fehlentscheidung?

Johannes Frank: Die zweite Fehlentscheidung war die Wahl des Verlagsnamens. Es ist schlicht peinlich, den eigenen Verlag nach sich selbst zu benennen – das gilt aber auch für Designer, Agenturen oder Schachbrettstanzer, die ihre jeweiligen Unternehmen nach sich selbst benennen. Ich bin mir nicht ganz klar, warum ich das nicht sehen konnte. Inzwischen ist der Verlagsname für mich jedoch nicht mehr mit mir selbst verbunden.

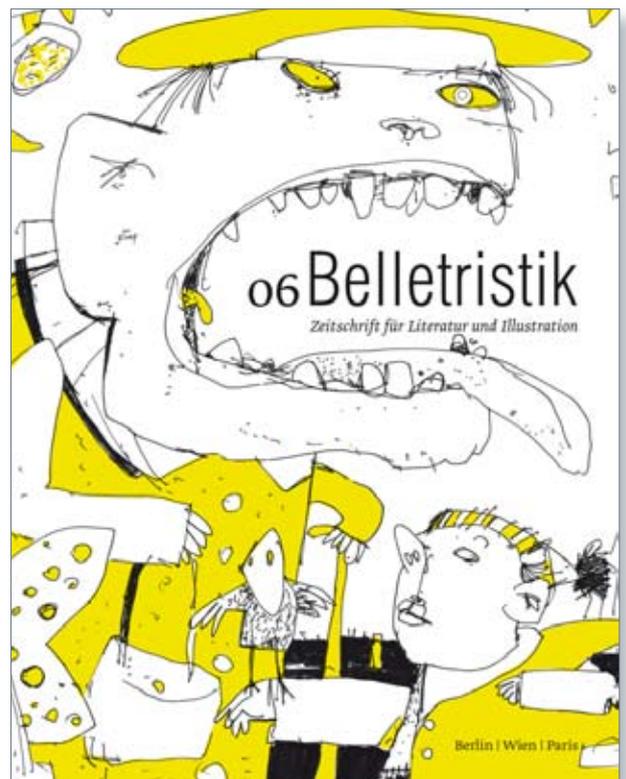
Andrea Schmidt: Dass man anfangs auch mal Fehler macht, ist ja normal. Man muss immer Lehrgeld bezahlen, wenn man neue Ideen in die Realität umsetzt. Du erwähntest aber auch, dass ihr in kurzer Zeit sehr viel geschafft habt. Es gab also auch Entscheidungen, die keine Fehlentscheidungen waren und den Verlag bis heute prägen. Erinnerst Du Dich?

Johannes Frank: Natürlich gab es auch Entscheidungen, die den Verlag in seiner ganzen Ausrichtung positiv beeinflussten: In der *Belletristik* befindet sich keine Werbung.

Andrea Schmidt //

Editorial Design & Type Direction //

Andrea Schmidt studierte Grafik- und Interfacedesign an der Hochschule Anhalt in Dessau. Sie lebt und arbeitet als Designerin in Berlin und lehrte Typografie u. a. an der Universität der Künste Berlin und der China Academy of Art Hangzhou. Zurzeit forscht sie im Bereich »Multilinguale Typografie«. Seit 2006 gestaltet sie für das Verlagshaus J. Frank | Berlin schöne Bücher und übernahm das Editorial Design für die ersten drei Ausgaben der englisch-sprachigen Literaturzeitschrift »*Bordercrossing Berlin*«.



Ausgabe 06: Belletristik // April 2008

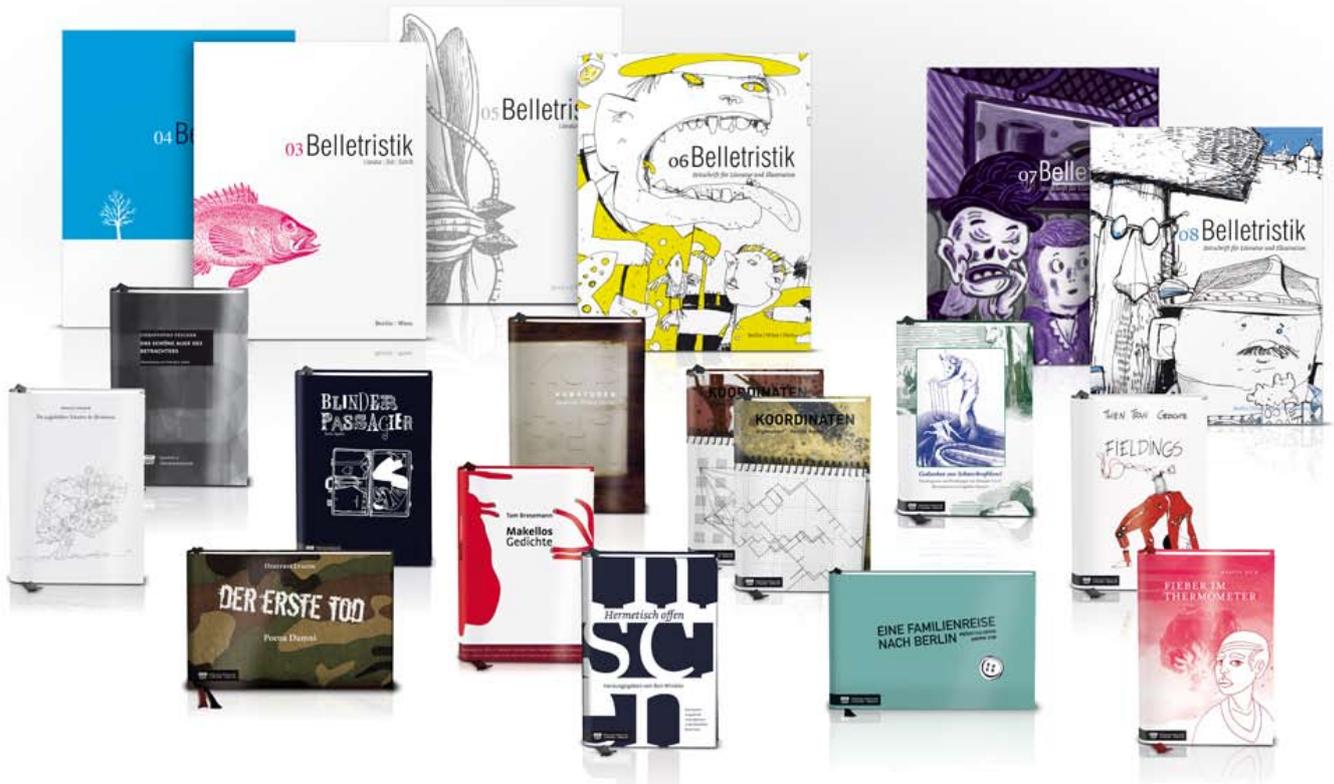
Wir waren uns von Anfang an einig, dass Werbung erstens schlecht und zweitens ästhetisch zerstörerisch sein würde. Dass die Zeitschrift dadurch auf die einzige Einnahmequelle verzichten würde, war uns damals – wie viele andere Dinge – nicht ganz klar. Aber auch in der kommenden neunten Ausgabe wird es keine Werbung geben, und diese Entscheidung war enorm wichtig, weil unsere LeserInnen genau das schätzen: In der *Belletristik* kommen nur die Texte und die Illustrationen zu Wort. Man kann es also auch so sagen: Der Verzicht auf Werbung war eine Entscheidung für Konzentration und Klarheit. Danach suchen wir bei all unseren Publikationen.

Dominik Ziller: Gleichzeitig entschieden wir auch, dass es keine redaktionellen Beiträge, also keine Rezensionen, keine Veranstaltungshinweise, keine literarischen Kochrezepte usw. geben wird.

Johannes Frank: Wichtig war uns auch der Verzicht auf den Expertendiskurs. Gerade, als wir die ersten Ausgaben herausgegeben hatten, wurde in anderen Magazinen sehr viel über das Schreiben veröffentlicht. – Schreibende schreiben über das Schreiben und andere Schreibende. Das war für uns nie sonderlich ansprechend und ich betrachte solch

betriebliche und betriebsame Bauchpinselei unter der Überschrift »Expertendiskurs« immer noch mit einer gewissen Skepsis. Unser Augenmerk war und ist auf literarische Qualität ausgerichtet, aber auch auf ein ästhetisches Lesevergnügen für die Leser der *Belletristik*. Bei letzterem Anspruch gab es allerdings gravierende Unterschiede zwischen mir und Dominik: Was mir bei der Herausgabe der Zeitschrift vorschwebte, war eine Bleiwüste: nur Wort, kein Bild, am besten alles schwarz-weiß, eng und anstrengend. Diese Idee kam bei Dominik Ziller natürlich nicht unbedingt gut an.

Andrea Schmidt: Das kann ich mir gut vorstellen, obwohl es möglicherweise eine grafische Herausforderung gewesen wäre. Mich würde interessieren, wie Du, Dominik, das Corporate Design für die Zeitschrift entwickelt hast. Wenn ich mir die bisherigen acht Ausgaben anschau, bist Du immer mutiger geworden. Du hast ein Corporate Design entwickelt, das sich von der ersten bis zur aktuellen Ausgabe verändert und doch seine Wiedererkennbarkeit behalten hat. Besonders schön finde ich, dass Du auch bei der Wahl der Schriften experimentierfreudiger geworden bist. Ich finde, Du hast der *Belletristik* ein unverwechselbares Gesicht gegeben.



Dominik Ziller: Es freut mich natürlich, das zu hören, und wie Du schon sagtest: Es war ein langer Weg, und zu Beginn war uns nicht klar, ob wir ihn zu Fuß oder mit dem Fahrrad zurücklegen würden (den Sportwagen können und wollen wir uns nicht leisten). Nach langen Diskussionen war für uns die Wahl des Vehikels klar: eine Zeitschrift für Literatur, die durch Illustration ein eigenes Gesicht bekommen sollte. Ich liebe Illustration, obwohl ich selbst kaum einen Bleistift halten kann, aber viele meiner Freunde und Bekannten illustrieren. So war es ein Leichtes, erste Werke zu bekommen.

Der nächste Schritt war eigentlich ein unfreiwilliger – Farbe sollte ins Spiel kommen und weil wir kein 4c gedrucktes Heft finanzieren konnten, entschieden wir uns für Schwarz-Weiß, dazu eine Sonderfarbe. Die ersten beiden Hefte waren noch zaghaft in Wischiwaschi-Ocker und in Grün – aber Vorsicht!, nicht zu knallig! – bis ich bei Ausgabe Nummer drei mit Neon, Pink und Orange Johannes Netzhaut strapazierte, jedoch die Verkaufszahlen am Kiosk in die Höhe schnellten (sicherlich lag das nicht nur an der Farbe, viele Lesungen wurden veranstaltet, erste Pressestimmen regten sich etc.). Die Gesamtqualität ist mit der dritten Ausgabe einfach deutlich gestiegen. Wir waren vorsichtig zu Beginn, merkten jedoch bald, dass die Kinderschuhe zu eng wurden und wir mutiger und freier arbeiten konnten. Das gilt auch für die Texte: Die ersten zwei Ausgaben haben viel Gutes, aber eben auch viele Texte, die man heute nicht mehr in der *Belletristik* finden würde. Natürlich trugen auch die vielen neuen IllustratorInnen, die sich bald bei uns meldeten, dazu bei, neue Sichtweisen zu eröffnen.

Andrea Schmidt: Damit schien das Konzept aufzugehen. Der Verlag hat Feedback in Form von steigenden Verkaufszahlen und Pressemitteilungen erhalten. Das hat natürlich die Idee gefestigt, nicht nur eine Zeitschrift für Literatur und Illustration herauszugeben, sondern möglicherweise sogar Bücher zu verlegen. Vorerst brauchte der Verlag aber ein eigenes Gesicht. Du hast auch das Logo, die Geschäftspapiere und die Internetseite für das Verlagshaus entworfen. Schön reduziert und auf den Punkt gebracht! Gibt es dazu eine Geschichte? Es ist ja nicht unbedingt originell, eine Schreibmaschine als Bild für einen Verlag zu wählen.

Dominik Ziller: Wie oben bereits beschrieben waren wir vorsichtig und unerfahren, und die ersten, rasch verworfenen Logo-Entwürfe spiegelten das wieder. Die fix gekritzelt Schreibmaschine, die heute den Verlag repräsentiert, war eigentlich eher ein Zufallsprodukt, doch steht sie für so Vieles, was mit unserem Werk zusammenhängt: das Arbeitsgerät des Schreibenden, dessen Interpretation durch IllustratorInnen und die Spontaneität, die unsere Arbeit begleitet. Das Corporate Design ist simpel, Schwarz auf Weiß – eine Reminiszenz an die oben

Dominik Ziller // Herausgeber,
Design & Kreativdirektion //
1980 geboren, lebt und arbeitet in Berlin.
Während seiner langjährigen Agenturarbeit absolvierte er in Kassel ein Studium zum Kommunikationswirt.
Bereits 1998 gründete er mit einem Partner den Kleinverlag Ecce Homo, aus dem später das Designbüro nikolaushaus hervorging. Schwerpunkt der Designarbeit liegt im kulturellen Bereich. Seit 2007 produziert nikolaushaus außerdem Kurzfilme für den deutsch-französischen Sender Arte.
Dominik Ziller ist Mitbegründer der Literaturzeitschrift *Belletristik* und arbeitet von Beginn an als Art Director des Verlags.



Bibliothek
Belletristik

angesprochene Bleiwüste – dazu Illustration, ebenfalls größtenteils Schwarz auf Weiß. Der Verlag soll neben den Werken der KünstlerInnen in den Hintergrund treten – das ist auch schon alles.

Johannes Frank: Moment, also zur Schreibmaschine noch kurz etwas: Als ich die ersten Entwürfe bekam, waren am Rand kleine Schlagworte, die die Entwürfe näher beschreiben sollten: »Seriös und klassisch«, »Professionell aber langweilig«, so etwas in der Art. Neben der Schreibmaschine stand nur: »Der Knaller«. Und das ist das Logo auch. Es erfüllt gleichzeitig alle Ansprüche, die für den Markt notwendig sind und letztlich ist das auch nicht ganz unerheblich. Das gilt übrigens auch für mein liebstes Logo des Verlags, das wir für unsere Buchreihe *Bibliothek Belletristik* benutzen.

Andrea Schmidt: Welches übrigens auch mein liebstes Verlagslogo ist!

Johannes Frank: Aber erst einmal zu den Büchern: Nach der dritten Ausgabe wurde uns klar, dass der Verlag nicht nur ein Zeitschriftenverlag sein sollte, sondern auch ein Buchverlag. Diese Entscheidung kam vor allem durch die enge Zusammenarbeit mit den AutorInnen, die wir pflegen. Die Arbeit an jeden Text, der in die *Belletristik* kommt, zeigt oftmals erst das große Potential eines Schreibenden auf – und mit der Zeit kommen immer mehr Texte von einem Autor oder einer Autorin, die wir durch das Lektorat begleiten, bei Lesungen zur Debatte stellen, usw. Das ist für mich immer noch der spannendste Teil der Arbeit: zu sehen, was man aus einem einzigartigen Grundton alles machen kann.

Dominik Ziller: Man muss auch sagen, dass sich der Ansatz der *Bibliothek Belletristik* im Laufe der Jahre verändert hat: Haben wir zu Beginn wirklich nur unbekannte AutorInnen herausgebracht, schauen wir heute schon auch auf eine gewisse Erfahrung. – Ich würde sagen, dass die Mischung aus »ganz unbekannt« und »auf dem Weg« bei 50:50 liegt.

Johannes Frank: Diese Quote hat sich ja auch bei der *Belletristik* inzwischen etabliert – in der Kontextualisierung der Schreibenden, für die die

Erstveröffentlichung durch die *Belletristik* geschieht, liegt natürlich auch ein besonderer Reiz: Wie verhalten sich die Texte zueinander? Sind gemeinsame Anliegen zu erkennen? Das sind interessante Fragen, die beim Lesen aufkommen, gerade, wenn wir Texte von sehr unterschiedlichen Persönlichkeiten auswählen. Die Arbeit an den Büchern verläuft in einem Zeitrahmen, der uns bei der *Belletristik* nicht immer zur Verfügung steht. Es ist ein sehr enger, intensiver Prozess, der uns drei und jeweils einen Autor oder eine Autorin für die Zeit der Entstehung sehr eng zusammenbringt. Auch hier ist die grafische Gestaltung von zentraler Bedeutung: Wir glauben an Bücher mit hoher literarischer Qualität und starkem Eigensinn, und dazu gehört ein Medium, das entsprechende Qualität und Eigensinn mit sich bringt.

Andrea Schmidt: In dieser Zeit, Mitte 2006, als die ersten Bücher geplant wurden, habe ich Johannes und Dominik kennengelernt. Johannes fragte mich, ob ich nicht Lust habe, Bücher für den Verlag zu gestalten. Natürlich hatte ich Lust! Typografie ist meine Leidenschaft, hierbei nicht nur das Setzen von Texten, sondern vor allem das Inszenieren von Buchstaben! Ideen eher abstrakt typografisch umzusetzen und mit den Zeichen auf einer semantischen Ebene zu agieren, bilden einen großen Anreiz für meine Arbeit als Gestalterin. Außerdem liebe ich einfach Bücher. Dabei ist mir aufgefallen, dass belletristische Bücher oftmals lieblos und langweilig gestaltet sind. Es geht eben vorrangig um den Inhalt und nicht um die Form. Aber auch die Form ist wichtig, um einen Zugang zu einem Buch zu finden. Diese Auffassung vertraten auch Johannes und Dominik, was die Zusammenarbeit erleichterte. Ich hatte das Gefühl, dass Text, Illustration und Gestaltung gleichberechtigt eine Einheit bilden und dadurch den Büchern eine eigenständige Qualität verleihen. Bereits in der *Belletristik* war diese Herangehensweise ersichtlich.

Johannes ließ mir also von Anfang an große Gestaltungsfreiheit, sowohl bei der Gestaltung der Buchcover, der Schriftenauswahl als auch bei Vorschlägen bzgl. des Materials. Somit wird jedes Buch individuell

und trotzdem im des Corporate Designs des Verlages gestaltet.

Dominik Ziller: Aber bevor es vergessen wird: Das Logo der *Bibliothek Belletristik* ist ein kleiner Bär, das »Bärletristik«.

Johannes Frank: Die Gestaltung und besonders die Illustration hat in den letzten Jahren auch schlicht an Bedeutung gewonnen. Wir sehen das bei vielen unserer MitstreiterInnen, dass es eine Tendenz bei unabhängigen Verlagen gibt, dem Inhalt durch die Form einen besonderen Raum zu geben. Das spricht für eine Leidenschaft für den Inhalt, aber auch einfach für eine Leidenschaft für das Medium Buch. Mit jedem Buch ist ja schließlich auch ein wirtschaftliches Risiko verbunden und es ist eine Investition für uns. Diese Investition muss auch unserer Leidenschaft entsprechen. Wobei ich hier sagen muss, dass ich als jemand, der vornehmlich vom Wort kommt, viel durch die Arbeit mit Dominik und Andrea gelernt habe. Es gibt inzwischen einen eindeutigen Stil des Verlags – man kann ihn von der *Belletristik* über die Bücher bis hin zu unserer Internetseite gut erkennen. Eine Basis gab es von Anfang an, aber mit der Zeit haben wir uns auch ästhetisch miteinander und sich mit uns der Verlag entwickelt – und das war ja auch nicht immer ganz einfach! Dass wir einmal eine Edition nur für Illustration haben würden, hätte ich weder gedacht noch gewollt, heute ist es mir ein wichtiges Anliegen, der Stärke von Illustration bei uns einen Raum zu geben: In unserer neuen Buchreihe, der Edition *Panopticon Belletristik* werden also ausschließlich Illustrationsbücher und Sonderdrucke veröffentlicht.

Dominik Ziller: Über die Illustrationsedition *Panopticon Belletristik* freue ich mich riesig. Eigentlich war es der nächste logische Schritt innerhalb unserer Veröffentlichungen. Wir möchten damit zum Ausdruck bringen, dass in unserem Verlag Text und Bild absolut gleichberechtigt neben- und miteinander stehen. Ganz besonders freue ich mich über unseren ersten Sonderdruck – eine illustratorische Interpretation eines Textes der *Belletristik*, die an uns herangetragen wurde. Dieser Sonderdruck ist gleichzeitig

der Auftakt der Illustrationsreihe. Als nächstes werden wir ein Buch von Merav Salomon herausbringen, eine israelische Künstlerin, die die Eindrücke einer persönlichen Berlinreise in einer Graphic Novel zu Papier bringt. Weiterhin ist ein Buch mit dem deutschen Illustrator Dieter Jüdt in Zusammenarbeit mit der Autorin Verena Postweiler in Bearbeitung. Es bleibt also spannend!



»Zweites urbanes Panneau«

Ein Sonderdruck der Edition *Panopticon Belletristik*

פרוייקט
בלטריסטיק
בצלאל
BEZALEL
BELLETRISTIK
PROJEKT

ALLTAG.

Ein deutsch-israelischer Dialog in Wort und Bild.
Initiiert von Felix Scheinberger (Illustrator)
& Johannes CS Frank und Dominik Ziller
(gemeinsame Herausgeber der „Belletristik“).
In Kooperation mit der Bezalel Academy of
Arts and Design Jerusalem.

EVERY-DAY LIFE.

A German-Israeli Dialogue through Word and Illustration.
Initiated by Felix Scheinberger (Illustrator)
& Johannes CS Frank and Dominik Ziller
(publishers of the German Magazine for
Literature and Illustration "Belletristik"). In
cooperation with the Bezalel Academy of Arts
and Design Jerusalem.



Belletristik
Zeitschrift für Literatur und Illustration

Johannes Frank: Die *Belletristik* bleibt aber der Grundpfeiler unseres Verlages: Wir haben zu Beginn des Jahres ein deutsch-israelisches Austausch-Projekt ins Leben gerufen, das deutsche AutorInnen und israelische IllustratorInnen in einen Dialog miteinander bringt. Der Austausch lief unter der Überschrift »Alltag« – der Alltag in Deutschland sollte dem Alltag in Israel gegenübergestellt werden. Dieses Projekt ist gemeinsam mit dem Illustrator Felix Scheinberger und der Bezalel Academy of Arts and Design in Jerusalem zustande gekommen. Scheinberger ist mit dem Verlag seit der Gestaltung des Covers der sechsten *Belletristik*-Ausgabe eng verbunden. Seine Arbeitsweise passt auch sehr gut zu unserer. Es ist in unseren Augen ein unheimlich wichtiges Projekt, das auch in Israel mit großer Begeisterung aufgenommen wurde.

Dominik Ziller: Im Rahmen des Projekts sind wir Anfang des Jahres nach Israel gereist und haben dort mit dem Goethe-Institut Lesungen veranstaltet, gemeinsam mit dem Ensemble Zeitkunst eine Konzert-Lesung im Österreichischen Hospiz gegeben und mit den IllustratorInnen für eine gewisse Zeit ihren künstlerischen Alltag geteilt.

Johannes Frank: Die Begeisterung, auf die wir mit den Texten deutscher GegenwartautorInnen gestoßen sind, war für uns alle so überraschend wie erfreulich – genau so, wie die Ausgabe, die mit Scheinberger und der Bezalel Academy entstanden ist. Die *Belletristik* ist für einen solchen Austausch natürlich das optimale Medium, und diese Ausgabe ist eine sehr besondere für uns.

Andrea Schmidt: Trotzdem bleibt die Zeitschrift die Plattform, auf der wir Neuentdeckungen machen und zeigen können, sie ist also nicht bloß die Basis für besondere Unternehmungen wie das Projekt »Alltag«.

Johannes Frank: Übrigens wird der Austausch fortgesetzt, mit neuem Thema, und neuen Schreibenden und IllustratorInnen.

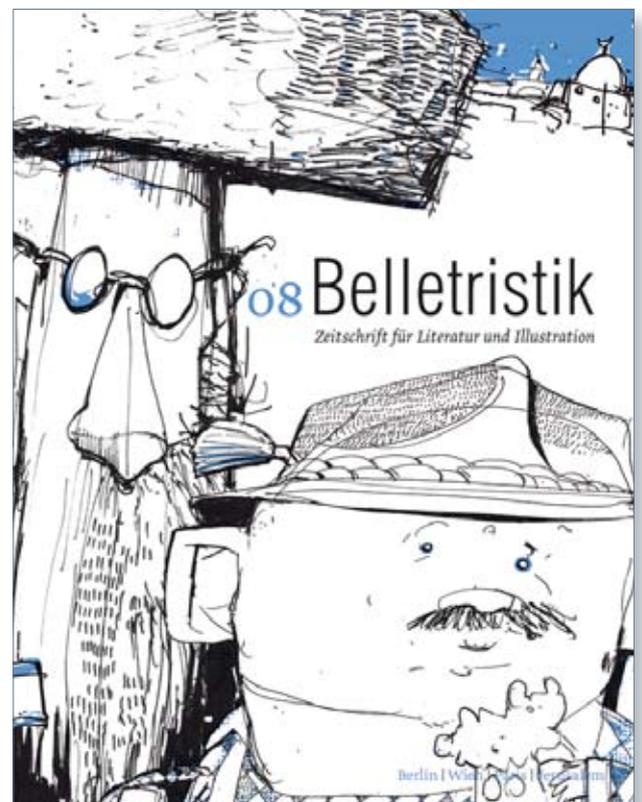
Andrea Schmidt: Eben wurde das Ensemble Zeitkunst im Zusammenhang mit dem Verlagshaus erwähnt: Gerade in den letzten Monaten

sind interessante Kooperationen entstanden und es wurden Projekte initiiert, die eine Interdisziplinarität zwischen den Künsten befördern und vor allem auch fordern. Das war ja immer auch eine Maxime des Verlages.

Johannes Frank: Das Ensemble Zeitkunst ist eine Künstlerformation aus MusikerInnen und AutorInnen. Im November dieses Jahres (8. bis 9. November 2009) veranstalten wir in Berlin ein Festival für Kammermusik und Gegenwartsliteratur, das *Festival Zeitkunst*. Dieses Festival wird für den Verlag auch in den kommenden Jahren sehr wichtig sein: Wir fordern den künstlerischen Austausch – und wir sehen, dass dieser Austausch den Blick auf die jeweilige Disziplin schärft und vertieft, ganz neues Sehen, Hören und Erleben ermöglicht. Dieses Festival wird vom Verlag und dem Duo Arp/Frantz organisiert, mit denen der Verlag bereits seit seiner Gründung auf unterschiedlichsten Ebenen zusammenarbeitet. Wir haben 33 internationale MusikerInnen und AutorInnen für das Festival gewinnen können, die Vorbereitungen laufen auf Hochtouren. Die teilnehmenden KünstlerInnen werden auch in die Fortsetzung des »Alltag«-Projektes mit eingebunden sein – es steht uns eine gute Zeit bevor!

Andrea Schmidt: Der Verlag ist in der kurzen Zeit seit seiner Gründung enorm gewachsen. Qualität zeichnet sich eben nicht nur durch hohe inhaltliche sondern auch durch formale Ansprüche an die Gestaltung aus. Mit der *Belletristik*, den Bucheditionen sowie weit über 100 Lesungen in Deutschland, Österreich, England, Frankreich und Israel setzen wir uns dafür ein, dass interessante junge Stimmen der deutschsprachigen Literaturszene gelesen und gehört werden. Die vielen unterschiedlichen Projekte, die eng mit dem Verlag verwoben sind, lassen neue künstlerische Synthesen entstehen.

Dominik Ziller: Zu guter Letzt sei noch der Aufruf an alle interessierten AutorInnen und IllustratorInnen gestartet: Schickt uns eure Arbeiten! Wir sind immer auf der Suche nach neuen Persönlichkeiten. Unsere Kontaktadresse und alle weiteren Informationen finden sich hier: www.belletristik-berlin.de.



Ausgabe 08: Belletristik // März 2009