

Fachwissen für die Branche



Klaus-W. Bramann ist promovierter Germanist, ausgebildeter Buchhändler und war lange Jahre Dozent an den Schulen des Deutschen Buchhandels (heute media-campus-frankfurt). Seit 1998 verlegt er Bücher für die Medienbranche. Ein Rück- und Ausblick anlässlich 25 Jahre Verlagsgeschichte

Es gibt viele inhabergeführte Kleinverlage, die mit ihrer Passion für bestimmte Sujets zur kulturellen Buchvielfalt in Deutschland beitragen. Aber wohl nur einen, der buchhandels- und verlagsspezifische Titel verlegt und dabei in erster Linie den Nachwuchs im Visier hat. Dies dürfte mit der Biografie Bramanns zusammenhängen, der vor Beginn seiner Verlagsarbeit im Winter 1998/1999 Dozent an den Schulen des Deutschen Buchhandels war. Nach 15 Jahren Arbeit mit und für Azubis suchte er eine neue Herausforderung und entschloss sich zur Gründung seines Verlags.

Kerntitel und wirtschaftliches Rückgrat der eigens hierfür konzipierten Reihe „Edition Buchhandel“ wurden die Bände Wirtschaftsunternehmen Sortiment und Wirtschaftsunternehmen Verlag, die inzwischen in der 5. Auflage vorliegen und von denen jeweils weit über 10.000 Exemplare verkauft worden sind. Seinerzeit nach dem Unternehmensziel gefragt, pflegte er augenzwinkernd zu antworten: „Ich möchte Marktführer in einem schrumpfenden Marktsegment werden.“ Dies dürfte ihm gelungen sein, auch wenn im Laufe der Zeit Feinjustierungen nötig waren. So wurde aus der in den Anfängen liebevoll gewählten Alliteration „Bücher für Buchhändler“ recht schnell das erweiternde „Bücher für Medienberufe“ bis die Firmierung letztlich pragmatisch „Verlag und Beratung“ lautete.

Als Reaktion auf die sinkenden Azubi-Zahlen erweiterte der Verlag sein Portfolio. Neben der seit 2013 erscheinenden Reihe „BRAMANN Basics“, konzipiert für die modularisierten Studiengänge rund um Bücher und Medien, erschienen

zahlreiche interessante Einzeltitel. Die programmatische Grundausrichtung aber blieb: Stets ging es um Bücher zu der Trias „writing – publishing – selling“. Binnen 25 Jahren wurden so rund 130 ISBN „verbraucht“. Neben früheren Frankfurter Kolleg:innen konnte Bramann hierfür zahlreiche Praktiker:innen, Dozent:innen und Berater:innen als Autor:innen gewinnen. Lektorat war von Anfang an „Chefsache“. Denn die Ausführungen in seinen Fachbüchern sollten verständlich zu lesen sein und Zusammenhänge vermitteln. Lexikalisches Einzelwissen verlegen wollte Bramann im Zeitalter des Internets nicht. Aber einen backlistorientierten Verlag etablieren – das schon.

Kommen wir auf sein Beratungsangebot zu sprechen: Als ein „Independent für Independents“, wie er sich selbst in seinem Jahresprospekt bezeichnet, berät er vor allem kleinere, inhabergeführte Unternehmen. Das Motto, das ihn dabei begleitet, stammt aus der Feder des spanischen Barockschriftstellers Baltasar Gracián: „Man unternehme das Leichte, als wäre es schwer, und das Schwere, als wäre es leicht. Jenes damit das Selbstvertrauen uns nicht sorglos, dieses, damit die Zaghaftheit uns nicht mutlos mache.“ Wie dies in der Praxis aussieht, kann man anschaulich der Rubrik „Aktuelles“ auf seiner Website (bramann.de/aktuelles) entnehmen, wo monatlich jeweils ein Highlight seiner vielfältigen Aktivitäten herausgestellt wird.

Jörn Meyer

Weitere Informationen unter www.bramann.de

Wirtschaftsunternehmen Sortiment



Immer noch der Titel mit den größten Umsatzzahlen der Edition Buchhandel. Im Verbund mit wechselnden Autoren von Bramann selbst verfasst. Die fünfte, 2019 erschienene Ausgabe trägt den

Untertitel „Handbuch des Buchhandels“. Seit Jahren der Standardtitel für Azubis und Seiteneinsteiger:innen.

Verlagsmarketing



2013 erstmalig erschienen, seit 2021 in dritter Auflage lieferbar. Mit allen Kennzeichen der BRAMANN Basics, wie originelle Kapiteleinstiege, kompakte Darstellung, Checklisten, abwechslungsreiches, zweifarbiges Layout,

Marginalspalten und zahlreiche Register. 2024 erreicht die Bandzählung mit zwei neuen Titeln den zweistelligen Bereich.

Bücher lieben lernen



Ein mehr als aktuelles Buch zum Thema Leseförderung. Hier als Beispiel für die „Blaue Reihe“ im Rahmen der Sonderveröffentlichungen, in der der auch Titel zu den Themen Schreiben (Erfolgreich texten) und

Unternehmenspublikationen (Corporate Books) erschienen sind.