



EIN AUTOR, DEN MICHAEL MÜLLER SEHR SCHÄTZT: Fernando Pessoa (1888 bis 1935) gilt als einer der bedeutendsten Lyriker Portugals.

FOTO: PRIVAT

Herr Müller, über welche Reiseziele würden Sie gern noch einen Führer veröffentlichen? Wir würden wahnsinnig gern noch mehr in den außereuropäischen Raum gehen. Doch es ist gar nicht so leicht, Autoren dafür zu finden, da wir uns natürlich dieselbe Qualität wie bei den europäischen Titeln wünschen. Das setzt voraus, dass man sich gut auskennen, die Landessprache zumindest rudimentär sprechen und eine echte Leidenschaft für „sein“ Reisegebiet haben müsste. Letzteres war uns immer wichtig, sonst wird es mit dem Durchhaltevermögen schwierig ...

Nach welchen Kriterien entscheiden Sie, ob Sie über eine Destination einen Führer herausgeben oder nicht?

Ich erinnere mich daran, dass wir den Titel „Genferseeregion“ gemacht haben, weil das Manuskript unglaublich akribisch und gut geschrieben war – obwohl wir diese Region eigentlich gar nicht auf dem Schirm hatten ... Davon abgesehen geht es um weiße Flecken auf der europäischen Landkarte, Limnos und Chios sind solche Beispiele, aber auch der Band zur Auvergne und zum Limousin hat uns gereizt, weil es dazu noch keinen deutschsprachigen Reiseführer gegeben hat.

Welchen persönlichen Lieblingsreiseführer haben Sie in Ihrem Sortiment?

Ich mag die Schreibe von Eberhard Fohrer sehr. Er hat uns damals durch seine Interrail-Bücher sogar in den „Spiegel“ gebracht, eine unglaubliche Ehre für so einen kleinen Wohnzimmerverlag, der wir einst gewesen sind. Auch das Ekuador-Buch hat mich stets beeindruckt. Volker Feser legt eine wunderbare Recherche auf den Tag, wobei ihm zugutekommt, dass er in Quito lebt.

Baedeker, Polyglott, Dumont – als Sie 1979 Ihren Verlag gründeten, gab es bereits andere Verlage, die Reiseführer veröffentlichten.

## „Reiseführer müssen unbedingt unterhalten“

**INTERVIEW** – Michael Müller führt einen der großen deutschen Reisebuchverlage. Lohnt sich Print tatsächlich noch? BizTravel sprach mit dem 64-Jährigen.

TEXT: OLIVER GRAUE

### Was wollten Sie anders machen als diese?

Es ging um die reisepraktischen Tipps: um das, was heute in nahezu allen Reiseführern enthalten ist. Wir wollten es etwas weniger bildungsbürgerlich angehen, schon über die Sehenswürdigkeiten schreiben, doch auch ironisch, mit Augenzwinkern und dabei ehrlich sein und auch werten. Ich finde ja, dass Reiseführer unbedingt unterhaltsam sein dürfen.

### Wollten Sie immer schon Verleger werden?

Ganz ehrlich: Ich wäre am liebsten Autor geblieben. Doch Martin Velbinger, von dem ich gelernt habe und der meine ersten Bücher zum Beispiel zu Südfrankreich verlegt hat, war ein schwieriger Kandidat, weshalb es der eigene Verlag sein musste. Nach knapp 40 Jahren kann ich sagen, dass ich es nicht bereut habe, wenngleich die ersten zehn Jahre hart waren – so bei Wasser und Brot, wenn auch in Freiheit.

### Erinnern Sie sich an Ihre ersten Bücher?

Portugal war damals für mich ein großer Brocken, 800 km von Nord nach Süd, immer wieder Abstecher ins Landesinnere bis zur Grenze zu Spanien. Bei der zweiten Auflage kamen noch die Azoren und Madeira mit rein. Das hieß, monatlang allein unterwegs zu sein, oft jede Nacht in einem anderen Ort. Aber dabei erfüllte sich schon so etwas wie ein kleiner Lebensraum. Reisen und darüber zu schreiben – eigentlich gibt's nichts Schöneres.

### Wie würden Sie Ihre Zielgruppe definieren?

Es dürften nicht die Pauschaltouristen sein. So eng würde ich das nie sehen. Wer einen Landstrich oder eine Stadt erleben, also Dinge selbst ausprobieren mag, kommt zu uns – wobei wir niemanden bevormunden wollen. Es geht nur darum, den Blick zu weiten auf etwas Unbekanntes, das seinen Reiz hat.

### Welche Auflagen erreichen Sie heute?

Das Problem besteht darin, dass es mindestens 4000 Exemplare pro Auflage sein müssen. Sonst lohnt sich der ungeheure Aufwand nicht. Früher, in den 80ern, konnte man immer nur einen Teilbereich recherchieren – das nächste Mal machte man eben die Region komplett. Das geht heute nicht mehr.

### Print stirbt, heißt es immer wieder. Spiegelt sich das in Ihren Auflagen wider?

Verrückterweise nicht. Manchmal bin ich fast etwas enttäuscht, dass unsere Apps und E-Books insgesamt nicht mehr als zwei Prozent des Gesamtumsatzes ausmachen. Enttäuscht deshalb, weil wir in die digitalen Versionen sehr viel Gehirnschmalz und Geld stecken.

### Reiseführer landen in den Läden recht schnell in der Wühlkiste. Inwiefern schmä-

### lert das die Umsatzerfolge?

Dieses Phänomen kommt uns zugute, da unsere Bücher nur deshalb Dauerseller sind – und die Autoren davon profitieren. Wer bei uns die Erstauflage geschrieben hat, dem gehört der Band auch in der 20. Auflage. Mit der Folge, dass der Anfangsaufwand enorm, die Neurecherche aber weniger aufwändig ist.

### Wann werden wir nur noch mit Apps oder Google Maps verreisen?

Das kann schon nächstes Jahr passieren, sofern es Google gelingt, diejenigen Infos einzufangen, die man während einer Reise wirklich braucht. Wir sind ja immer noch wahnsinnig gute Dienstleister. Das kann Google als Suchmaschine so nicht bieten. Auch Tripadvisor gelingt das nicht, da man sich durch so viele rein subjektive Stimmen wühlen muss, von Fake-Besprechungen ganz abgesehen.

### Wie haben sich Reiseführer den veränderten Reisegewohnheiten angepasst?

Was sich sehr verändert hat, ist der Anspruch der Leser auf Vollständigkeit und auf Aktualität. Bitte richtig verstehen: Beides stört mich nicht. Doch man muss dabei sehr genau darauf achten, dass man immer noch die absoluten Top-Tipps in unseren Büchern findet. Deshalb hatten wir im Frühjahr den Relaunch bei den Citys. Mir ist es wichtig, dass man sich gut zurechtfindet in unseren Reiseratgebern.

### Rentiert sich die Arbeit für Ihre Autoren überhaupt finanziell?

Das kommt ganz darauf an, wie man rangeht. Für viele Autoren ist es ein Leidenschaftsprojekt, eine Unternehmung, die sie immer schon

## 83 PROZENT

... der Deutschen nutzen trotz digitaler Angebote lieber den **GEDRUCKTEN REISEFÜHRER**. Das ergab eine Umfrage der Yougov-Marktforscher.

## Michael Müller im Porträt

**PERSÖNLICH:** Michael Müller, 1953 in Ebermannstadt (Oberfranken) geboren, zog es nach seiner Ausbildung zum Kfz-Mechaniker nach Neuseeland und Ekuador. Dort begegnete er Martin Velbinger, mit dem er in Südamerika recherchierte – die Initialzündung für die berufliche Neuorientierung. 1979 gründete er den eigenen Verlag.

**VERLAG:** Der Michael Müller Verlag in Nürnberg gibt heute 220 Titel heraus, auch Wanderführer, Reisekochführer und Satirisches. Gesamtauflage: 500.000 Exemplare; Umsatz: 6 Mio. Euro. 2011 erhielt Müller den ITB-Buch-Award für sein Lebenswerk: „Viel zu früh“, wie er grummelig sagte. „Ich habe noch so viel vor!“

machen wollten. Andere leben von ihren Büchern. Darunter einige, die längst mehr verdienen als ich selbst in den ersten 20 Jahren.

### Wie kommen Sie auf die passenden Autoren? Bewerben sich diese bei Ihnen direkt mit Destinationsvorschlägen?

So ist es tatsächlich.

### Manche Ihrer Führer enthalten Hunderte von Reisetipps – da kann ein Autor unmöglich überall selbst gewesen sein. Wie kommen sie dennoch zu den Tipps?

Da muss ich Ihnen widersprechen! Sicher, es gibt Lesertipps, die wir auch so kennzeichnen und die quasi auf den letzten Drücker ins Buch kommen. Doch alles andere schaut man sich an. Wir machen keine Schreibtischbücher, die Recherche ist immer vor Ort. Allerdings kann man nicht überall übernachten oder gar essen, klar. Doch ein Inkognito-Kurzttest muss schon sein.

### Wo zieht es Sie selbst auf Reisen hin?

Asien interessiert mich sehr. Ich werde nächstes Jahr 65 Jahre alt, und es wird wirklich Zeit, dass ich mich auf diesem Kontinent einmal genauer umschaue.

### Welches Reiseziel können Sie ganz besonders empfehlen?

Da bin ich absolut subjektiv: Portugal und die Toskana. Die ersten Reiseziele sind wie die erste Liebe. **»**