

Verschenkbar heißt nicht unliterarisch



HANS KRUPPA:
Neuheiten bei
arsEdition und
Herder

Drei Fragen an HANS KRUPPA

INTERVIEW

Hans Kruppa, Jahrgang 1952, lebt seit 1982 als freier Schriftsteller in Bremen. Er hat bisher mehr als 60 Bücher, darunter Gedichte, Märchen, Erzählungen, Romane, Aphorismen und Kurzgeschichten, mit einer Gesamtauflage von über 1,5 Millionen veröffentlicht. Mit seiner in diesem Frühjahr bei arsEdition gestarteten Geschenkbuch-Reihe „Gedichte und Photographien“ verwirklicht der Autor den langgehegten Wunsch, seine Gedichte mit eigenen Photographien harmonisch zu verbinden. Der Verlag Herder beginnt eine Reihe mit neuen Weisheitsmärchen. Und der Goldmann Verlag, der seit 1987 Taschenbuchausgaben sowie Originalausgaben von Kruppa veröffentlicht, legt einen Band mit Liebesgedichten

aus zwei Jahrzehnten unter dem Titel „Weil es Dich gibt“ vor.

BuchMarkt: Dem Geschenkbuch begegnen viele Buchhändler noch mit Skepsis. Das sei ja keine Literatur, ist häufig zu hören.

Hans Kruppa: „Verschenkbar“ ist kein Synonym für „unliterarisch“. Ein Lektor sagte mir vor kurzem, dass jedes zweite Buch mit der Intention gekauft werde, es zu verschenken. Wenn das stimmt, wäre das Geschenkbuch einer der wichtigsten Buchtypen im Sortiment.

BuchMarkt: Die hohen Auflagen Ihrer Bücher sprechen dafür. Fühlen Sie sich als Autor unterschätzt?

Kruppa: Nein, aber ich empfinde mich nicht als „Geschenkbuchautor“, ich bin einfach ein vielseitiger Autor, der über das schreibt, was ihn beschäftigt und fasziniert. Durch meine Gedichte haben viele Leser überhaupt erst einen Zugang zur Lyrik bekommen, die bekanntlich ein Stiefkind des Buchhandels ist. Über meine Homepage hans-kruppa.de bekomme ich sehr viel Feedback von Lesern, selten von Buchhändlern,



denen sicherlich auch die Zeit fehlt, die Bücher zu lesen, die sie verkaufen. Von der Resonanz meiner Leser bin ich immer wieder überwältigt.

BuchMarkt: Wie erklären Sie sich den dauerhaften Erfolg?

Kruppa: Vor allem dadurch, dass meine Texte authentisch sind und keinem Marketingkonzept folgen. Ich habe beim Schreiben auch nicht den therapeutischen Effekt im Sinn, den mir Leser immer wieder bestätigen, die in Lebenskrisen durch meine Bücher neuen Mut gewonnen haben. Dass mein Name inzwischen einen gewissen Bekanntheitsgrad erreicht hat, erkläre ich mir in erster Linie durch Mundpropaganda.