



*„Die Stimmung ist gut“: Die &Töchter-  
Verlegerinnen Laura Nerbel, Elena  
Straßl, Lydia Hilebrand, Jessica Taso  
und Sarah Zechel (von links)*

# Laura & Lydia & Elena & Jessica & Sarah.



Fünf Studienfreundinnen haben im letzten Jahr kurzerhand den Verlag **&Töchter** gegründet, um nach eigenen Regeln arbeiten zu können. Wir haben mit ihnen über ihre ersten Erfahrungen gesprochen und sie nach ihren B2B-Plänen gefragt

*Zunächst erstmal einen (etwas späten) guten Start ins neue Jahr! Wie ist denn, ganz direkt gefragt, die Stimmung bei euch gerade?*

**Elena:** Wir freuen uns auf das Jahr! Das letzte war verrückt und anstrengend und trotzdem hatten wir so viele schöne Höhepunkte. Da kann 2021 ja nur noch besser weitergehen.

**Lydia:** Die Stimmung ist gut, wir haben gelernt, was uns im Team trotz räumlicher Trennung gut tut und halten daran fest. Wir mussten im letzten Jahr sehr flexibel sein und viele Dinge, die wir uns vorgenommen hatten umkrempeln. Dafür haben wir sehr viel gelernt und können diese wertvollen Erfahrungen motiviert in das neue Jahr mitnehmen.

*Die Lockdown-Situationen und die Einschränkungen im Handel übers letzte Jahr dürften doch gerade für einen so jungen Verlag wie &Töchter noch einmal*

*eine besondere Herausforderung gewesen sein, oder?*

**Jessi:** Natürlich hat auch uns die Pandemie als Unternehmen getroffen: Wir mussten unser großes Buchprojekt *Great Green Thinking* ins Jahr 2021 verschieben, alle analogen Veranstaltungen mussten ausfallen und die Messe konnte leider auch nicht wie gewohnt stattfinden.

Zum Glück kam uns unsere digitale Ausrichtung und Arbeit zu Gute. Es konnten digitale Veranstaltungen, Panels, Webinare und Lesungen stattfinden und auch durch die digitale Vernetzung mit unserer Community und mit unserer Website konnten wir vor allem als junger Verlag weiterhin Kund:innen und Lesepublikum erreichen.

*Wie „abhängig“ seid ihr denn überhaupt schon vom Buchhandel? Habt ihr euch dort schon einen Namen machen können? Oder läuft da sowieso das meiste über Direktgeschäft?*

*»Durch die digitale Vernetzung mit unserer Community und mit unserer Website konnten wir vor allem als junger Verlag weiterhin Kund:innen und Lesepublikum erreichen«*

*Jessica Taso, „Die Ästhetin“:  
Platz am Tisch: Rechte, Finanzen  
& Social Media*

*Kompetenz: Höchst ansteckendes  
Lachen*

*[jessica.taso@und-toechter.de](mailto:jessica.taso@und-toechter.de)*

**Elena:** Das ist leider nicht so einfach. Unser eigener Online-Shop ist zwar gut angefallen, aber natürlich würden wir unsere Bücher auch gerne so viel wie möglich in den Buchhandlungen sehen. Ohne etablierte Vertriebsstrukturen ist es aber schwierig den Handel auf sich aufmerksam zu machen.



*»Wir möchten einen Austausch in der Literaturbranche anregen und unseren Leser:innen ein buntes und inspirierendes Angebot an Literatur und mehr bieten«*

*Sarah Zechel, „Die Poetin“:*

*Platz am Tisch: Lektorat & Herstellung*

*Kompetenz: Beherrscht die Kunst der Diplomatie*

*sarah.zechel@und-toechter.de*

Wir haben Glück und können mit dem Komplett-Media Verlag kooperieren. Aber ein bisschen mehr Aufmerksamkeit wäre natürlich immer schön.

*Wie schwierig ist es, sich als Verlagsneugründung dem Handel bekannt zu*

*machen? Wie seid ihr da vorgegangen, welche Erfahrungen habt ihr gemacht?*

**Lydia:** Zusätzlich zu unserer Vertriebskooperation versuchen wir viel im Austausch mit den Buchhändler:innen zu sein und als Verlag und somit Lieferant zu verstehen, was sich die Buchhandlungen als unsere Kunden von uns wünschen.

Wir haben dazu auch eine Podcast-Folge mit der Buchhandlung Bücherwurm aus Regensburg aufgenommen. Die Inhaberin Johanna Röhrli hat uns wertvolle Einblicke in den Transformationsprozess gegeben, die sie mit ihrer Buchhandlung seit dem Sommer 2019 durchlaufen hat. Das Gespräch erscheint am 1. Februar in unserer Podcast-Reihe „plauschen&Töchter“.

*Erzählt doch nochmal kurz: Woher kennt ihr euch? Und wie kam es dann zu &Töchter?*

**Laura:** Wir haben uns im Masterstudium kennengelernt und waren von Anfang an eine unzertrennliche Gruppe. Das Studium hat uns viel Freiraum für Ideen gelassen und wir hatten den unbedingten Willen, gemeinsam etwas mit unserer Leidenschaft für Literatur zu starten.

Nach ein paar Gläsern Wein entschieden wir, uns bei einem gesonderten, semi-professionellen Treffen gegenseitig Ideen vorzustellen. Daraus entstand das Konzept von &Töchter, bei dem uns vor allem wichtig war, das Lesen und die Literatur wieder zum Gespräch zu machen.

*Ging es bei der Gründung darum, eine Lücke zu füllen, die für euch in der bisherigen Verlagslandschaft herrschte? Oder vor allem darum, gemeinsam und zu den eigenen Bedingungen arbeiten zu können? Steckt dahinter auch das Gefühl, als Frau und Einzelkämpferin schlicht weniger erreichen zu können?*

**Sarah:** Mit &Töchter wollten wir einen Weg finden, uns und unsere Ideen in der Literaturwelt zu verwirklichen. Wir hatten das Gefühl, dass die Branche sich in den letzten Jahren ein wenig festgefahren und vor allem die (Lese-)Bedürfnisse von jungen Menschen aus den Augen verloren hat.

Wir haben alle einige Verlagspraktika absolviert und auch wenn wir dabei viel gelernt haben und mal mehr, mal weniger Verantwortung übernehmen durften, hatten wir den Drang noch mehr zu tun und

Neues auszuprobieren.

Wir können nun selbst entscheiden, welche Bücher wir veröffentlichen möchten, wie wir arbeiten möchten und welche Werte uns wichtig sind. Die Verlagsbranche ist immer noch sehr hierarchisch aufgebaut und viele Verlage stecken bei der Besetzung von Führungspositionen in alten, patriarchalen Strukturen fest.

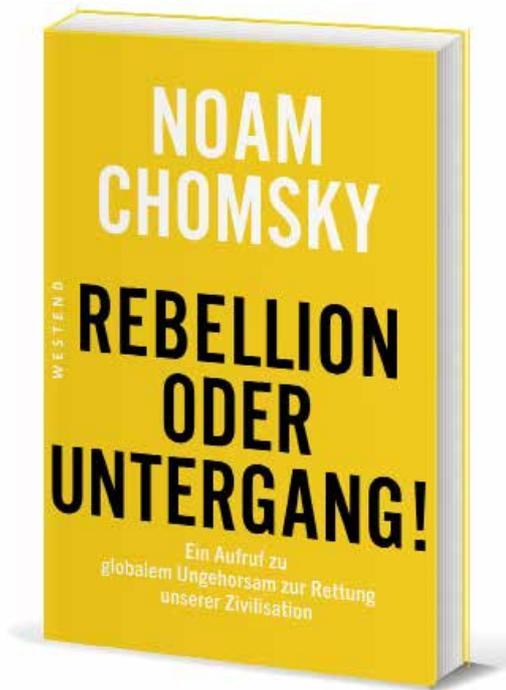
Diese Strukturen möchten wir aufbrechen. In unserem Netzwerk gibt es viele Frauen, die ähnliche Ziele verfolgen und es ist schön, aber auch wichtig, sich gegenseitig bei Projekten zu unterstützen und die Arbeit von Frauen und marginalisierten Gruppen sichtbarer zu machen.

*Worin besteht ggf diese Lücke? Bzw. worum geht es euch bei &Töchter im Umgang mit Literatur und dem Produktionsprozess von Büchern?*

**Sarah:** Einerseits haben wir den Wunsch wieder mehr junge Menschen für Literatur zu begeistern – und das nicht nur über Bücher, sondern auch über außergewöhnliche Veranstaltungen und unseren Podcast plauschen&Töchter. Es ist uns wichtig verschiedene Wege der Literaturvermittlung auszuprobieren und Anknüpfungspunkte für die unterschiedlichen Lesebedürfnisse unserer Generation zu bieten. Andererseits möchten wir gesellschaftlich relevante Themen aufgreifen, Themen die am Puls der Zeit sind und die uns selbst und unsere Mitmenschen beschäftigen. Und dabei neue Perspektiven einnehmen, hinterfragen, diskutieren und laut werden. Bei der Produktion unserer Bücher geht es uns vor allem um Nachhaltigkeit: Unsere Bücher sind nach dem Cradle-to-Cradle-Verfahren hergestellt, das heißt sie enthalten keine giftigen Substanzen und die verwendeten Stoffe können in den ökologischen Kreislauf zurückgeführt werden.

**Lydia:** Leider ist es noch so, dass diese nachhaltige Buchproduktion erheblich teurer für uns als Verlage ist. Wir finden jedoch, dass es in unserer Verantwortung als Verlag liegt, darüber aufzuklären und selbst neue Standards zu setzen. Das Schöne an der Kreislaufwirtschaft für die Zukunft ist ja, dass je mehr Unternehmen mitmachen, umso günstiger und leichter wird es für alle. Und daran möchten wir unbedingt festhalten und diese Entwicklung vorantreiben.

## Ein Aufruf zu globalem Ungehorsam



Eindrücklich wie nie zuvor klärt Chomsky über die existentiellen Bedrohungen durch Atomwaffen und den Klimawandel auf. Und er stellt diese Bedrohungen in den Kontext einer nie dagewesenen globalen Macht der Konzerne, die mittlerweile die führende Rolle bei der Gestaltung unserer Zukunft übernommen haben.

Noam Chomsky zeigt, warum sich globale Volksbewegungen mobilisieren müssen, um die Regierungen zu zwingen, sich der beispiellosen Herausforderung für das Überleben unserer Zivilisation zu stellen.

ISBN 978-3-86489-314-8  
Klappenbroschur, 128 Seiten, 15,00 €

Bestellungen bitte an:  
horn@westendverlag.de

[www.westendverlag.de](http://www.westendverlag.de)



*»Wir versuchen viel im Austausch mit den Buchhändler:innen zu sein und als Verlag und somit Lieferant zu verstehen, was sich die Buchhandlungen von uns wünschen«*

Lydia Hilebrand, „Die Engagierte“:

Platz am Tisch: Presse & PR,  
Podcast

Kompetenz: Wer in ihrem  
Windschatten fährt, kann sich  
glücklich schätzen

[lydia.hilebrand@und-toechter.de](mailto:lydia.hilebrand@und-toechter.de)

Wie sieht es in dem Zusammenhang mit dem Thema Vermarktung und Veranstaltungen aus? Ihr habt mit „rauschen&Töchter“ früh ein eigenes Format entwickelt? Ihr macht ja auch noch einen eigenen Podcast mit „plauschen&Töchter“ ...

**Elena:** Wir hatten von Anfang an die Vision, dass wir Bücher wieder zum Gesprächsthema machen möchten. Da hat es uns nicht gereicht nur die typischen „Leseratten“ anzusprechen. Wir wollten ein breiteres Publikum und das konnten wir mit unseren Veranstaltungen für uns gewinnen. Wir waren beispielsweise mit einer Lesung im Boxstudio und in einem Gemüseladen.

**Lydia:** Mein Highlight der Veranstaltung war es, als ein ganzes Boxteam im Trainingsanzug den Lesenden im Boxring zugehört haben und das interessierte Lesepublikum gebannt bei dem darauffolgenden Boxkampf zugeguckt haben. In solchen Momenten freuen wir uns, dass wir tatsächlich etwas bewegen können.

*Man hört heute im Zusammenhang von neuen Projekten und Unternehmen viel darüber, wie man direkt vom Start weg eine eigene Community bespielt? Wie seid ihr das Thema Communitybuilding angegangen?*

**Jessi:** Uns war von Anfang an wichtig, nicht nur ein Produkt anzubieten, sondern eine Marke aufzubauen, mit der sich Menschen identifizieren können und die sie zum Austausch mit uns und untereinander animiert. Das hat schon ganz früh mit unserer Veranstaltungsreihe rauschen&Töchter begonnen. Wenn wir eine:n Nichtleser:in dazu animieren können, zu einer Lesung zu gehen, dann ist der erste Schritt gemacht. Das hat uns sehr motiviert. Heute ist es uns besonders wichtig, auf die verschiedenste Art und Weise mit unserer „Community“ in Kontakt zu treten oder sie zu erweitern – ob über Instagram, unseren Podcast oder hoffentlich ganz bald wieder persönlich in Form von Veranstaltungen.

*Ihr habt ein Sachbuch-Projekt mittels Crowdfunding finanziert. Ist das „aus der Not heraus“ entstanden oder gehört es zum verlegerischen Gesamtkonzept, auf diesem Wege das Publikum immer wieder in die Gestaltung mit einzubeziehen? Welche Vorteile und Risiken spielen da ggf. mit rein?*

**Jessi:** Die Idee zu unserem Sachbuch *Great Green Thinking* entstand bereits weit vor offizieller Gründung und uns war auch ziemlich schnell klar, dass wir ohne riesige Investor:innen und Schützenhilfe andere



»Wir hatten von Anfang an die Vision, dass wir Bücher wieder zum Gesprächsthema machen möchten. Es hat uns nicht gereicht nur die typischen ‚Leseratten‘ anzusprechen«

Elena Straßl, „Die Optimistische“:  
Platz am Tisch: Veranstaltungen & Vertrieb  
Kompetenz: Überzeugungstäterin und Verkaufstalent  
elena.strassl@und-toechter.de

Wege finden müssen, unsere Bücher nach unseren nachhaltigen Vorstellungen fair zu produzieren. Crowdfunding ist eine super Möglichkeit, Projekte umsetzen zu können und gleichzeitig einen kleinen Markttest durchzuführen. Wir sind sehr dankbar für die vielen Unterstützungen, Crowdfunding

soll aber auch in Zukunft nur eine Möglichkeit von vielen bleiben. Deswegen ist es uns auch so wichtig, mit z.B. den Veranstaltungen und studio by &Töchter weitere Standbeine zu etablieren. Getreu unserem Namen: &Töchter – Verlag und mehr.

*Wie teilt ihr euch innerhalb des Teams auf? Ihr habt alle das gleiche studiert, oder? Wer besetzt warum welche Zuständigkeitsbereiche, ging es da nach persönlichen Vorlieben? Oder macht ihr alle alles (gleichberechtigt)?*

**Jessi:** Das hat sich bei uns zum Glück alles dynamisch ergeben. Wir haben zwar alle zusammen den Masterstudiengang „Buchwissenschaft: Verlagspraxis“ belegt, kommen aber aus unterschiedlichen Richtungen und so hat jede von uns ihre fixen Aufgabengebiete und Verantwortlichkeiten, aber bei vielen Sachen – und da sind wir ziemlich glücklich darüber – können wir zusammenarbeiten.

*Wie gestaltet sich die Arbeit im Team? Ist es eine Herausforderung, fünf Persönlichkeiten gerecht zu werden? Wie wirkt sich das aufs Programm aus?*

**Elena:** Unsere Vielfalt ist eine unserer größten Stärken. Wir sind fünf ganz unterschiedliche Persönlichkeiten mit einer gemeinsamen Leidenschaft. Das kann natürlich eine Herausforderung sein und es wird auch immer viel diskutiert, aber am Ende einer Entscheidungsfindung wissen wir immer, dass das Ergebnis das bestmögliche ist und sich alle einbringen konnten.

**Lydia:** Jede von uns hat tatsächlich viele Freiheiten und die dazugehörige Verantwortung, weiß aber auch genau, was in ihr Aufgabengebiet fällt bzw. wird das schnell geklärt. Neben der verlegerischen Tätigkeit, ist es jedoch auch ein ganzes Stück Arbeit, ein Unternehmen aufzubauen und Strukturen zu etablieren, Prozesse ständig zu optimieren und neu zu denken. Der Aufwand, der dahinter steckt hat sich bisher jedoch sehr gelohnt, weil es uns gleichzeitig viele Freiheiten ermöglicht. Wir können zum Beispiel zeitlich und örtlich sehr unabhängig arbeiten, was für jede persönlich ein großer Gewinn ist.

*Apropos Kompetenz: Neuerdings bietet ihr mit studio by &Töchter als B2B-Dienstleistung auch die Beratung von*

*Buchhandlungen an. Ihr wollt auf dem „Weg in die digitale Zukunft“ begleiten. War die B2B-Schiene von Anfang an Teil des Plans oder wie seid ihr jetzt dazu gekommen?*

**Elena:** B2B hat uns von Anfang an interessiert und es war im letzten Jahr ein langer Findungsprozess, bis uns bewusst war, wie genau wir vorgehen möchten. Wir freuen uns auf die Arbeit mit studio by &Töchter und sind hochmotiviert, aber es wird sicherlich nicht unser einziges B2B-Geschäft bleiben. Wir haben so viele Ideen und das schwierigste ist, sie alle in die richtige Bahn zu lenken.

*Was ist euch denn beim Umgang mit dem Digitalen bei Buchhandlungen bisher aufgefallen? Ergibt sich das Dienstleistungsangebot auch aus dem Blick auf den Handel als Verlegerinnen?*

**Laura:** Wir versuchen, mit unserem Verlag neue Wege zu gehen, daher möchten wir auch beim B2B-Geschäft nicht zu engstirnig arbeiten. Für uns hat sich immer ein Blick über den Tellerrand gelohnt. So können wir unsere Erfahrungen als Verlegerinnen mit Beobachtungen aus anderen Branchen verknüpfen.

*Wo seht ihr da eure Stärken? In welchen Bereichen könnt ihr den Handel unterstützen?*

**Elena:** Buchhandlungen sind sehr vielseitige und individuelle Unternehmen. Und wir kommen aus der Branche, wir wissen wie der Hase läuft und haben ein Gefühl dafür, was machbar ist. Gemeinsam mit den Buchhandlungen möchten wir Konzepte erarbeiten, die auf ihre individuellen Bedürfnisse angepasst sind und am Ende das gewisse Etwas haben, um im Gedächtnis zu bleiben.

**Lydia:** Genau, uns ist bewusst, dass der Arbeitsalltag als Buchhändler:in im Einzelhandel oft stressig ist und nicht viel Zeit bleibt für neue Prozesse. Viele Digitalisierungsprojekte lassen einen erstmal etwas ratlos dastehen, so ging es uns am Anfang von &Töchter auch: Wo fangen wir an? Sollen wir uns einen Instagram-Account anlegen, brauchen wir einen Newsletter, und was soll auf der Website stehen? Wir sind jedoch mit dem Internet aufgewachsen und haben auch mit unserem Unternehmen jetzt schon viele Erfahrungen gesammelt,



*»Für uns hat sich immer ein Blick über den Tellerrand gelohnt. So können wir unsere Erfahrungen als Verlegerinnen mit Beobachtungen aus anderen Branchen verknüpfen«*

Laura Nerbel, „Die Mutige“  
Platz am Tisch: Lektorat, Foreign Rights & Lizenzen  
Kompetenz: Wortgewandtes Energiebündel  
laura.nerbel@und-toechter.de

wie man das Analoge, das wir an gedruckten Büchern so lieben mit den digitalen Entwicklungen der Arbeitswelt verbindet. Das möchten wir gerne an Buchhändler:innen weitergeben, die sich an diesen Stellen eventuell noch Hilfestellung wünschen.

*Ganz allgemein: Worauf wird es jetzt und in absehbarer Zukunft für den Handel ankommen, um in einer immer stärker digitalisierten (Handels-)Welt zu bestehen?*

**Laura:** Der persönliche Austausch mit den Kund:innen ist und bleibt eine der wichtigsten Stärken des Buchhandels. Diese Kommunikation muss aber nicht nur im Laden selbst passieren – sondern kann auch über die Sozialen Medien stattfinden. Die jungen Leser:innen müssen genau an dieser Stelle abgeholt werden, denn die digitale Welt gehört zu ihrem Leben genauso dazu wie die analoge. Das Internet ist voll von Geschichten. Es könnte kaum einfacher sein, hier anzuknüpfen.

*Was kann der Buchhandel digital besonders gut anbieten? Was funktioniert bereits gut? Wo gibt es Nachholbedarf?*

**Elena:** Die meisten Buchhandlungen haben im letzten Jahr ihren Online-Buchhandel gemeinsam mit den Barsortimenten ausgebaut und das funktioniert sicherlich gut. Dadurch gibt es aber für die Einzelhändler:innen wenig Handlungsspielraum sich individuell ins Rampenlicht zu bringen. Und hier möchten wir ansetzen und beispielsweise mit neuen Ideen für Social Media oder für Veranstaltungen den Buchhandlungen die Chance geben, ihre eigene Marke zu stärken.

*Was erhofft ihr euch von 2021 für euer Unternehmen?*

**Sarah:** Im Jahr 2021 hoffen wir, weitere spannende Buchprojekte mit jungen Autor:innen zu verwirklichen und unsere Buchhandelsberatung mit studio by & Töchter zu etablieren. Wir möchten einen Austausch in der Literaturbranche anregen und unseren Leser:innen ein buntes und inspirierendes Angebot an Literatur und mehr bieten.

*Welche Themen sind 2021 für die Buchbranche die dringendsten?*

**Lydia:** Sicherlich die Stärkung des stationären Einzelhandels, denn der Lockdown hinterlässt seine Spuren. Andererseits aber eine Offenheit gegenüber neuen Ideen und Ansätzen und was wir uns besonders wünschen: eine nachhaltigere Buchproduktion.

Die Fragen stellte Jörn Meyer



**»Reboot« liefert den Resilienz-Code, der aus der Corona-Krise herausführt.**

**Der Wegweiser in eine krisensichere Zukunft.**

**Überraschend, ungewöhnlich, motivierend, mutig.**

Robert Jacobi

**»Reboot. Der Code für eine widerstandsfähige Wirtschaft, Politik und Gesellschaft«**

232 Seiten, Hardcover

22,00 EUR (D) / 22,70 EUR (A)

ISBN 978-3-86774-677-9

auch als E-Book erhältlich