

KRIMIAUTOREN MORD UND TOTSCHLAG BEI EHEMALIGEN WERBERN

Eine Handvoll ehemalige Texter und Kreative aus der heimischen Werbung sind mittlerweile höchst erfolgreiche Krimiautoren. Was beide Branchen vereint und trennt – und die Exwerber als Autoren auszeichnet.

Story:
Suzanne
Sudermann

CLAUDIA ROSSBACHER STEIERMARK MITTEN INS HERZ

Sie ist waschechte Wienerin, aber es zieht sie immer wieder aufs Land, in die Tiefen und Abgründe der Steiermark. Am Reinischkogel im Schilcherland bewohnt sie mit ihrem Mann Hannes Rossbacher eine Almhütte auf 1.000 Meter Seehöhe. Verwunschen und einsam mitten im Wald ist diese für die Krimiautorin Enklave und Rückzugsort, eine Herzensheimat. Apropos Herz, es erscheint, grafisch immer anders dargestellt, auf jedem neuen Cover ihrer Steirerkrimis, ist mittlerweile Programm und Konzept ihres Schaffens. Konzeptionell denken hat Rossbacher in ihrer Zeit als Werbeprofi gelernt, das hat sie drauf. Ein Produkt, das in Serie geht, braucht Wiedererkennung, eine gemeinsame Klammer, dann wird es zur Marke. Rossbachers Klammer ist die Steiermark-Marke. Der erste Krimi hieß

„Steirerblut“. Beinhart zog sie den Steirer-Schmäh auch im zweiten durch, der hieß „Steirerherz“, es folgten „Steirerkind“, „...kreuz“, „...land“, „...nacht“, „...pakt“. „Steirerquell“ erscheint im Februar 2018. Am neunten Steirerkrimi schreibt sie schon, der Titel ist, logisch, noch geheim und wird erst 2019 aus dem Steirerhut gezogen. Jedenfalls kann sie unter diesem Dach noch

Dutzende, nein Hunderte Titel platzieren, mit jedem wird sie authentischer und unikaler. Die Steirerecke gehört ihr, da setzt sie sich flächendeckend blutrünstig drauf. Inzwischen wird sie als Steiermark-Botschafterin herumgereicht, die Tourismusbranche nimmt die

Claudia Rossbacher begann ihre Werbelaufbahn 1989 als Kontaktassistentin bei Mang & Partner. Als Etatdirektorin bei JWT begann sie, Werbetexte zu schreiben, und machte sich später als Texterin und Konzeptionistin selbstständig. Bevor sie 2006 ganz aus der Werbung ausschied, werkelte sie bei der Euro RSCG zuerst als Etatdirektorin, später dortselbst als CD Text.



Claudia Rossbacher im Maisfeld, einem Schauplatz ihrer Recherchen.



Rossbachers Hütte in der Steiermark.

Steirerkrimis dankbar auf. Jeder Österreicher hat schließlich Bezug zu irgendeiner steirischen Region. Wenn ein Krimi erscheint, macht sie Lesungen genau dort und alle kommen. Alle wollen wissen, was da über ihre Region geschrieben steht. „Du musst rausgehen, dein Ding promoten, umtriebig sein. Diese beiden Welten, das einsame Schreiben und die Präsenz draußen, das gefällt mir“, sagt sie. „Erscheint ein neues Buch von Claudia Rossbacher, sind am ersten Wochenende gleich mehr als 100 Bücher verkauft“, erzählt Stefan Mödritscher, Geschäftsführer von Morawa in der Wollzeile in Wien. „Wichtig ist die Story, der Plot, die Spannung, das Mitfiebern. Die Geschichte muss unabhängig von der Landschaft, der Gegend funktionieren, nur dann ist das Buch auch langfristig erfolgreich.“ Allerdings dauerte es eine Zeit, bis Rossbacher den richtigen Verlag fand, der regionale Krimis verlegt. „Verlagssuche ist mühsamer als Schreiben“, weiß sie aus Erfahrung. Profimäßig ging sie die Schriftstellerei an, überließ nichts dem Zufall. Konzepte lassen sich gut verkaufen, dieses Konzept ging auf.

WOLF HAAS EINSAMER WOLF

„Vor nächstem Herbst macht der gar nichts“, gibt Marcel Vega von der Presseabteilung Tom Produkt in Hamburg Auskunft zum Thema Interviewanfrage. Wolf Haas ist mal wieder untergetaucht. Schlechter Zeitpunkt. Erscheint ein Buch von ihm, schlägt er die Werbetrommel lauter als seine Kollegen. Danach will er wieder seine Ruhe haben, zieht sich zurück und macht die Türe zu, das Zeitfenster bestimmt er. Kann er sich leisten. „Der hat’s nicht lustig gehabt beim Demner ...“, plaudert ein Kollege aus dem Nähkästchen. Wolf Haas soll menschenfurchig sein, wird gemunkelt, da hat man es in einer Werbeagentur natürlich nicht so einfach. Seit 1996 schreibt er Kriminalromane. Er ist so ziemlich der erfolgreichste der heimischen Krimiautoren, seine Figur des Kommissars Brenner ist über die Grenzen bekannt. Bei ihm ist sogar das Sterben lustig, vor allem skurril. Garant dafür ist Josef Hader, der in vielen Verfilmungen die Hauptrolle spielt. Die Marke „Brenner“ verließ Haas zwischenzeitlich, um anderes zu schreiben. Reumütig kam er zurück und hauchte dem „Brenner“ mit dem letzten Roman „Brennerova“ erneut kalten Atem ein. Never change a winning team.



Wolf Haas, Jahrgang 60, studierte Psychologie, Germanistik und Linguistik. Das Schreiben begann er als Juniortexter in diversen Werbeagenturen.

GERHARD LOIBELSBERGER REBELL IM BÜCHERREGAL

Als ich ihn am Donnerstag erreiche, sitzt er im Zug nach Reichenau. Seine Arbeitswoche in Wien ist beendet. Er schreibt überall, am liebsten in Kaffeehäusern. Auch früher, wenn er als Creative Director Ideen ausbrüten musste, ging er ins Kaffeehaus. „Ich war kein angenehmer Kreativer“, meint er zurückblickend, „ein Revoluzzer, der sich nie einfügte, immer etwas schräg, ziemlich radikal, das wird wohl auch so bleiben!“ Den Punk hat er immer noch – gut versteckt – im Kopf. New Wave und Dada waren seine Disziplinen, bloß nicht bürgerlich sein, bitte. Das alte Wien mit Sisi und Zuckerguss konnte man von ihm nie bekommen.

Seine Rockband „Der dritte Mann“, die er als 16-Jähriger mit Schulkollegen gründete, gibt es bis heute. Die giftigen Texte schreibt er, einmal in der Woche wird geprobt, da fließen Sensibles, Raues, Weiches, Hartes ineinander, da lebt er die 70er aus. Reichenau ist auch so ein Nostalgieding. Loibelsberger liebt diese Gegend, wo er den Atem der Geschichte spürt, den morbiden Charme der einstigen Sommerfrischler zwischen Schneeberg und Rax. Gedichte hat er schon immer geschrieben. „Wir aus der Werbung sind es gewohnt, uns auszu-drücken, wir kennen die Zielgruppe. Und wenn man ein Schreibprofi ist, juckt es einen, Längeres zu verfassen.“ 2009 war es dann so weit, der historische Kriminalroman „Die Naschmarkt-Morde“ kam heraus, der nun in der elften Auflage vorliegt. Er spielt im Wien um die vorletzte Jahrhundertwende, und auch die nachfolgenden Romane dockte er an diese Zeit an. Das interessiert ihn,

Gerhard Loibelsberger begann 1980 bei Ogilvy & Mather als Texter, wurde unter Edi Keck schnell Seniorentexter. Seine erste spektakuläre Kampagne kreierte er mit Christian Satek. Nach einem Debüt bei Intermarco Farner/Publicis und DDB betreute er sieben Jahre als Freelancer Ikea, zehn Jahre Kastner & Öhler und kreierte das Flusspferd für die Hypo. Seit 2010 ist er ausschließlich Autor.

das alte Wien, wie die Menschen ihre kriminellen Abgründe auslebten, wie die kaiserlich-königliche Polizeistruktur tickte. So entstand ein sechsbändiges Epos über den Niedergang der Donaumonarchie. Der letzte, sechste Band heißt „Schönbrunner Finale“, spielt 1918 und erscheint 2018. Die Werbebranche findet er prinzipiell fad. „Ich schrieb 30 Jahre, was ich musste. Jetzt schreibe ich, was ich will, diese Freiheit habe ich mir regelrecht erschrieben.“ Auch für ihn war die Zeit in der Werbung recht hilfreich. Aber wie sagt Stefan Mödritscher von Morawa so schön: „Die beste Kampagne macht kein Buch zum Bestseller, es muss der Inhalt stimmen.“



Gerhard Loibelsberger bei der Präsentation seines fünften Bandes des Wien-Epos, „Der Henker von Wien“.

MARCUS RAFELSBERGER VULGO MARC ELSBERG BESTSELLER MIT KÜNSTLERNAMEN

Er hatte es leid, seinen Namen beim Bestellen eines Restaurantisches jedes Mal mühsam buchstabieren zu müssen, um ihn dann trotzdem falsch geschrieben zu lesen. Also kürzte Rafelsberger seinen Namen, bis jeder ihn verstand. In Marcus Rafelsberger steckt Marc Elsberg, genial, nur weiß man jetzt nicht mehr genau, wie man ihn ansprechen soll. Er selbst wechselt zwischen beiden Namen, je nachdem, wer anruft, auch recht mühsam. Sei's drum. Unter Marc Elsberg sind Marcus Rafelsberger drei grandiose Gesellschaftskrimis gelungen, die sich einer erquicklichen Auflage erfreuen. Den Marc Elsberg gibt es übrigens erst seit diesen drei Wälzern. „Der Elsberg läutete eine neue Ära ein“, erzählt er. „Wenn du Erfolg haben willst, musst du eine Marke kreieren,

das habe ich in der Werbung gelernt. Ein Autor ist eine Marke, die braucht einen griffigen Namen.“ Und was hat Werbung mit Krimis gemein? Spannende Geschichten seien es, die man erzählen muss, meint er. Geschichten, von denen man einen Nutzen hat, ein paar Stunden Vergnügen beim Lesen oder beim Konsumieren von Schokolade. Egal, ob das via Anzeige, Radiospot oder in einem Roman rüberkommt. Die Mechanismen sind immer die gleichen: Wie packt man die Botschaft in 30 Sekunden oder auf 500 Seiten? Eine weitere Parallele sieht er beim Recherchieren. Elsbergs Geschichten sind sehr Recherche-intensiv. „Da muss man sich Gedanken machen: Was tu ich mit dem Wissen, was ich jetzt hab, wie bringe ich es spannend rüber? Wenn man sich gut gemachte Werbespots ansieht, folgen sie genau diesen Strukturen.“ Subjektiv hat Marcus Rafelsberger als Werber eh immer geglaubt, er sei in einem Krimi. Alles war spannend, aufregend, die Vorpitchzeit, der Gedanke an die anderen, die auch präsentieren – was machen die, sind die besser als ich?–, diese Opfer-Täter-Struktur, das Spiel mit der Angst. Sein erstes Buch, noch unter Rafelsberger erschienen, ist in der Werbung angesiedelt. Die verschiedenen Etats in den zahlreichen Agenturen machten ihn zum Branchenkenner, und so schrieb er anfangs über Dinge aus seinem Umfeld. Das Buch hieß „Saubermann“ – eine Groteske über Meinungsmacher, Politiker, Werbung und ein Waschmittel. Inzwischen hat sich aus der krimischreibenden Larve metamorphisch ein thrillerschreibender Schmetterling entwickelt, zum Elsberg, der er heute ist. Ein Elsberg, der seitdem 2,5 Millionen Bücher verkaufte, die in 18 Sprachen übersetzt wurden. Die Cannes-Rolle schaut er sich noch an, aber lieber zu Hause. Auf Werbe-Events wird man ihn nicht mehr sehen, das ist vorbei. ■

Marcus Rafelsberger studierte Design bei Paolo Piva und begann 1990 als Grafiker in der Wiener Werbeagentur CS. Dort kam er auch ans Texten und blieb dabei. Es folgten Stationen bei BZW und Young & Rubicam. Nach dem österreichischen EU-Beitritt ging er nach Hamburg, betreute u. a. die HB-Zigarette und den Otto-Versand bei Baader, Lang, Behnken, wechselte zu Scholz & Friends und folgte dann dem Ruf zu Ogilvy & Mather Wien, wo er als Strategieberater fungierte. Seit 2012 ist er ausschließlich Autor.



Marcus Rafelsberger mit seinen drei letzten Thrillern.