

Fabuleon: federleicht und professionell



Ingo und Claudi Lindmeier, Foto: Fabuleon

**Interview mit dem
kreativen Ehepaar Claudi
und Ingo Lindmeier**

Zuerst erschuf der Lörracher Designer und Grafiker Ingo Lindmeier die Figuren: Wesen mit mechanischen Merkmalen wie den Tirsch und den Kesselfant. Als diese im November 2019 auf Facebook und später auf Instagram das Licht der Öffentlichkeit erblickten, waren sie schon quicklebendig. Claudi und Ingo Lindmeier hatten gemeinsam Details zusammengetragen – zu Herkunft, Lebensweise, Eigenheiten, Absichten. Schritt für Schritt, Wesen für Wesen, entstand unter dem Namen „Fabuleon“ ein ganzes Universum.

Dass daraus ein Buch werden würde, war der logische nächste Schritt. Das Ehepaar hatte lange davon geträumt, gründete den Fabulierverlag und setzte den Traum professionell um. Pünktlich zum zehnten Hochzeitstag der Lindmeiers im September 2021 erschien „Fabuleon – Die fabulastische Suche nach der einen Feder“.

Die Rollen sind im Fabuleon-Autorenteam sauber verteilt: Ingo kümmert sich um die Gestaltung, Claudi schreibt die Geschichten dazu.

Sie leben und arbeiten als Team zusammen. Wie schaffen Sie das, ohne dauernd zu streiten?

Claudi: Streiten liegt uns beiden nicht im Blut. Wir ticken sehr ähnlich, und oft denken wir sogar das Gleiche. Uns geht es um das Miteinander, darum, gemeinsam etwas zu erschaffen. Dass wir viel miteinander reden, ist unser Erfolgsrezept in vielerlei Hinsicht. Wir inspirieren uns gegenseitig und suchen in allem, was uns umgibt, neue Ansätze – sei es beim Museumsbesuch, beim Kontakt mit anderen Freigeistern oder in der Natur, in Bewegung oder in der Stille.

Alles dreht sich um Ihre originellen Figuren. Wie kamen Sie auf diese Idee?

Ingo: Neben meiner selbstständigen Tätigkeit unter dem Namen „spiel-sinn“ beschäftige ich mich schon länger mit Bildbearbeitung. Fabuleon entstand mit dem Tirsch. Danach gesellte sich ein Wesen nach dem anderen zu unserer Familie – jedes unverkennbar im Stil.

Der Umsetzung geht meist ein Prozess voran, an dem wir beide beteiligt sind. Aus meiner Leidenschaft für hybride Tierwesen und unserem Spaß an Wortspielen und schrägen Kombinationen wurden sieben- und vierzig Wesen geboren, die jetzt unser Buch be-

völkern. Und nicht nur diese, sondern auch „Die kleinen Küchenmonster“, erschienen in einem Dauerkalender. Zurzeit arbeite ich an der Veröffentlichung eines Buchs um „Alphabetiere“, das dabei helfen soll, spielerisch Buchstaben zu lernen. Und ich gestalte das Cover für Claudis ersten Roman, der einen Apfelbaum als Protagonisten hat.

Sie haben eine ganze Welt geschaffen und in den Social Media veröffentlicht, lange bevor Sie das Buch geschrieben haben. Was war Ihre Intention?

Claudi: Die Idee zum Buch kam erst „unterwegs“. Zuerst gab es Wesen, die so unterschiedlich waren und doch so viel gemeinsam hatten. Sie riefen nach einem Zuhause, nach einer eigenen Welt. Die Protagonisten aus Fabuleon, Fingol und Lica, entstanden erst, als uns klar war, dass wir mehr veröffentlichen wollten als ein Bilderbuch mit ein bisschen Text.

Ingo: Mit „spiel-sinn“ war ich schon auf Instagram und Facebook aktiv. Es war naheliegend, diese Kanäle auch für „fabuleon.welt“ zu nutzen, quasi als Tagebuch speziell für diese Welt.

Sie haben den Fabulierverlag gegründet, Fabuleon als Marke eintragen lassen und Ihr Buch selbst veröffentlicht. Warum haben Sie sich für diesen Weg entschieden?

Ingo: Die Buchidee kam uns zu Beginn der Pandemie, zu einer Zeit, als viele das Schreiben für sich entdeckten. Obwohl wir ein aufwendig gestaltetes Exposé mit Leseprobe einreichten, interessierte sich kein Verlag für unsere Welt.

Wir hatten aber eine klare Vorstellung, wie unsere Veröffentlichung aussehen sollte, und konnten fast alles selbst umsetzen: Gestaltung, Satz, Layout und das Finalisieren der Druckdaten. Wichtig war auch der zeitliche Faktor. Wir wollten nicht mit der Veröffentlichung warten, sondern Fabuleon endlich zwischen zwei Buchdeckeln sehen.

Claudi: Unsere Messlatte für Professionalität liegt sehr hoch, deshalb treten wir als Verlag auf. Wir haben Markenschutz in der EU, Großbritannien und der Schweiz und haben uns sogar erlaubt, einen New Yorker Komponisten damit zu beauftragen, Fabuleon in Musik zu gießen.

Haben Sie auf Ihrem Weg auch auf externe Dienstleister gesetzt?

Ingo: Wir haben ein professionelles Lektorat beauftragt. Der qualitativ sehr hochwertige Buchdruck erfolgte in Baden-Württemberg über eine Druckerei, die darauf spezialisiert ist.

Claudi: Unsere Bücher und Landkarten bewahren wir im Lager eines Sportgeschäfts auf, mit dessen Besitzer wir befreundet sind. Verschiedene kleine Geschäfte, wie ein Café und ein Blumenladen, bieten uns Flächen, um uns sichtbar zu machen. Ein buntes Netzwerk ist Gold wert.

Anzeige

DAS AUTOR:INNENLEBEN IN CHECKLISTEN
- EIN SCHREIBRATGEBER IN LISTENFORM

Ein Ratgeber für alle Fragen.

- ✓ Autor:innenleben
- ✓ Schreiben
- ✓ Veröffentlichlichen
- ✓ Marketing
- ✓ Selbstständigkeit

PLUS GLOSSAR & FAQ

ISBN: 978-3-7546-5118-6



Tirsch und Kesselfant – zwei Bewohner des „Fabuleon“-Universums

Ihr Buch haben Sie über eine Crowdfunding-Kampagne finanziert. Wie haben Sie das angestellt?

Claudi: Circa die Hälfte der Produktionskosten konnten wir via Crowdfunding decken. In den sechs Wochen, als die Kampagne lief, haben wir täglich einen Post bei Facebook und Instagram platziert. Viele unserer Freunde und Bekannten haben uns finanziell unterstützt und für uns geworben, sonst wäre das nie möglich gewesen.

Ingo: Startnext stellt nur die Plattform zur Verfügung, alles andere mussten wir selbst auf die Beine stellen. Ein großer Aufwand, der sich aber gelohnt hat.

Der Buchgroßhändler Umbreit hat Sie in sein Sortiment aufgenommen, damit stehen Ihnen viele Buchhandlungen offen. Wie haben Sie das geschafft?

Claudi: Wir haben alle drei Barsortimenter angefragt. Eigentlich gibt es erst Verträge ab drei Veröffentlichungen, aber der Ansprechpartner bei Umbreit fand unseren Auftritt und Fabuleon so spannend, dass er auf unsere Ankündigung, weitere Veröffentlichungen zu planen, vertraut hat.

Ingo: Wir sind sehr gespannt darauf, unser Buch das erste Mal im Handel zu sehen. Die Händler haben über ihr System Zugriff darauf und drücken hoffentlich fleißig den Bestellbutton.

Ihre Figuren sind bis nach Japan gereist und haben den „Best Adventure Story Award“ gewonnen. Wie kam es dazu? Und wohin treibt Sie der Rückenwind?

Ingo: Das hat uns auch umgehauen! Durch einen *spiel-sinn*-Beitrag im japanischen „365 Art+“-Magazin kam ein toller Kontakt zustande: Für unbestimmte Zeit dürfen wir alle zwei Wochen zwei Seiten füllen. Mythologie, Tradition und Kultur verweben wir dort mit Fabuleon. Dabei entstehen in Japan bekannte und beliebte Figuren im Fabuleon-Stil wie Nekomata, Tanuki und Kappa.

Wohin uns das treibt, wissen wir noch nicht, aber wir haben einen Riesenspaß dabei.

Sie haben eine eigene Werbeagentur und sicher jede Menge Ideen, wie Sie Ihr Buch vermarkten können. Verraten Sie uns ein paar?

Claudi: Wir haben eine umfangreiche Internetseite in Deutsch und Englisch und posten mehr oder weniger regelmäßig in den Social Media. Über Umbreit haben wir eine Wannenstreuung platziert, das heißt, allen Lieferungen an den Handel liegen an einem Tag, den wir bestimmen, individuell gestaltete Flyer bei. Aktuell kontaktieren wir eine Reihe von Bloggerinnen und Bloggern, die thematisch zu uns passen.

Lesungen, zum Beispiel bei der Landesgartenschau in Neuenburg, oder auch die Buchmessen sind tolle Möglichkeiten, sich zu präsentieren. Der kleine Stand auf der Leipziger Buchmesse, den wir geplant hatten, fiel wegen Corona leider mit der Messe ins Wasser. Aber auf der Frankfurter Buchmesse 2021 durften wir über den Selfpublisher-Verband ein druckfrisches Exemplar präsentieren – eine tolle Chance!

Was raten Sie anderen Autorinnen und Autoren sonst noch, vor allem denjenigen, die noch am Anfang ihres Weges stehen?

Claudi: Der Weg ist das Ziel. Habt Mut und glaubt an euer Können!

Ingo: Denkt auch an ungewöhnliche Wege!

- www.fabuleon.de
- www.spiel-sinn.design

Das Interview mit Claudie und Ingo Lindmeier führte Ingrid Haag.



Über die Autorin: Ingrid Haag lebt und arbeitet als freie Lektorin und Autorin in München. Sie hat den *selfpublisher* als Chefredakteurin mit gegründet und sucht für jedes Heft interessante Selfpublisher für das Autorenportrait. ➤ www.ingrid-haag.de | post@ingrid-haag.de

Anzeige

