

Der Verleger **Manfred Greisinger** produziert in seiner „Edition Stoareich“ Ratgeber für bewussteres Leben.



Manfred Greisinger ist steinreich – im übertragenen Sinn. Der PR-Profi hat vor 15 Jahren sein erstes eigenes Buch im Eigenverlag herausgegeben. In seiner „Edition Stoareich“ publiziert er seither Ratgeber, die zu bewussterem Leben verführen sollen.

Manfred Greisinger ist eine Ein-Mann-Firma. Er arbeitet als PR-Berater in seiner Ein-Mann-Agentur, ist Seminarleiter und Verleger. In seiner Edition Stoareich publiziert er seit nunmehr 15 Jahren ausschließlich seine eigenen Bücher. „Persönliche Öffentlichkeitsarbeit“ nennt er sein Standbein, den Verlag sein Spielbein. „Das ist der größte Luxus, den ich mir für mich selbst vorstellen kann“, sagt Greisinger. Kein materieller Luxus freilich, sondern die Freiheit, seinen Lebens- und Arbeitsraum selbst gestalten zu können. Dabei sah es nach der Volksschulzeit noch nicht nach eigenbestimmter Karriere aus: Greisingers Deutschlehrerin riet seiner Mutter, den Sohn lieber nicht aufs Gymnasium zu schicken. Die Mutter ließ sich davon nicht beeindrucken, auch wenn Manfred in acht Jahren nur ein einziges „Sehr gut“ in Deutsch nach Hause brachte. Die gute Note gab es übrigens für eine Kurzfassung, weil Klein-Greisinger schon früh die Dinge auf den Punkt bringen konnte. Diese Fähigkeit sollte ihm später als Journalist und PR-Berater zugute

Fünfzehn Jahre Reichtum

Text: Ernst Grabovszki Foto: Edition Stoareich

kommen. Als 13-Jähriger produzierte er eine Schülerzeitung, dann eine Lokalzeitung in der Heimatgemeinde Alentsteig. Schließlich verbrachte er fünf Jahre beim ORF und musste sich eines Tages mit der Tatsache abfinden, dass er als Journalist über viele Ereignisse, Initiativen, Projekte nicht ausreichend informiert wurde. „Es hätte vieles gegeben, das ich gern unterstützt hätte, denn als Journalist hat man die Möglichkeit, Dinge zu einem öffentlichen Thema zu machen.“ Nicht zuletzt deswegen wechselte Greisinger 1990 die Seiten. „Ich dachte mir: Ich gehe zu den Gemeinden, Firmen und Initiativen und biete mich als Medien-Berater an.“ Erstes Projekt: das Waldviertel und seine Imageverbesserung. Eine Möglichkeit, den Rest der Welt über die Vorzüge des nordwestlichen Niederösterreich zu informieren, ist ein Buch zu schreiben. *Reizvolles Waldviertel. Korrektur eines Klischees* hieß es, erschien 1991 und ist noch immer lieferbar. Nicht das triste, nebelverhangene Bild des Waldviertels wollte Greisinger vermitteln, nicht die Vorstellung vom Waldviertler als Holzschuh- und Lendenschurzträger, sondern eines, das der Wirklichkeit möglichst nahe kommt. Kein Aufputz, keine Klischees. In der Druckerei fragte man den Autor schließlich nach dem Namen des Verlags. Und Greisinger erinnerte sich an ein Wirtshausesgespräch, in dem ein Bauer den anderen fragte: „Bist auch stoareich?“, und das ist durchaus wörtlich zu verstehen: Steinreich ist das Waldviertel nämlich auch auf vielen Feldern, wo die Bauern zuerst die Steine entfernen müssen, um das Feld bewirtschaften zu können. Aus der Erinnerung an einen kurzen Dialog wurde ein Verlagsname: Edition Stoareich. Erst im Lauf der Jahre hat sich Greisinger die durchaus mehrschichtige Bedeutung von „steinreich“ aufgeschlüsselt. Er entdeckt im Waldviertlerischen „Stoa“ (Stein) auch die philosophische „Stoa“ (Gelassenheit). Die gelassene Variante von „Stoa“ spüre der 42-jährige Greisinger nun immer mehr: „Ich bin kein Wildpferd mehr, das alles niederreißen muss, wenn doch nebenan ohnehin eine Tür offen ist.“

MARKante Handschlagqualitäten

In 15 Jahren hat Greisinger in seiner Edition Stoareich 15 Bücher publiziert. „Mich dürfte es gar nicht ge-

ben, weil ich ein Kuriosum bin. Ich will bewusst kein gewerblicher Verlag sein. Mir geht es darum, eine Plattform für meine eigenen Gedanken zur Verfügung zu haben.“ Und die sind durchaus originell. „Meine Zielgruppe bin ich selbst“, sagt Greisinger, was keineswegs egoistisch, sondern strategisch gemeint ist. Seine LeserInnen möchte Greisinger ermutigen, sich selbst wichtig zu nehmen. „Nicht im narzisstischen Sinn, sondern im Sinn eines gesunden Selbstwerts.“ *Ihr Ich als unverwechselbare Marke* heißt nicht umsonst eines seiner Bücher, das bereits in der sechsten Auflage erschienen ist und vielleicht deshalb so gern gekauft wird, weil es den „Guru-Faktor“ enthält, „eine Kombination aus Enthusiasmus, Individualität, Mission, Selbstbestimmung und Widerstandskraft, fern von Pragmatik, Karrierestreben und monetären Gewinnabsichten“, so verrät die Inhaltsangabe. *Entfesseltes Ich* hat bisher fünf Auflagen erreicht und möchte seinen LeserInnen helfen, sich von „Life-Blockern“ zu befreien, also von allen Umständen, die dafür sorgen, dass das Wesentliche im Leben unentdeckt bleibt. *Glücksmomente* ist ein ungewöhnliches Buch, weil es kaum Text, dafür sehr viele leere Seiten enthält. „Das ist so zu verstehen: Das Leben bietet alle Sinnesbegabten zum Diktat. Man schenkt dieses Buch also jemandem als Reservoir an Gutem. Und der Beschenkte kann es dann füllen.“ Das fast leere Buch hat mittlerweile schon die dritte Auflage erreicht. Subventionen bezieht Greisinger für seine Bücher keine, darauf legt er Wert. Wert legt er auch auf Handschlagqualität. „Ich bin ein treuer Mensch. Mit meinem Grafiker und meinen Druckereien arbeite ich schon seit 15 Jahren zusammen.“ Menschen, die zusammenpassen, so Greisinger, kommen irgendwann auch zusammen.

Die – pure – Lust an Arbeit und Leben

Neben der Arbeit als Seminarleiter und PR-Berater muss sich Greisinger so viel Zeit wie möglich freischaufeln, um Bücher schreiben zu können. „Der große Schatz des Schreibens ist sich selbst näher zu kommen.“ Und wie nahe kommen einander Verleger und Autor in Personalunion? Der Autor sei stärker, meint Greisinger, weil der Verleger rationaler denken und kalkulieren muss und

nicht selten Fragen nach dem Sinn eines Buchprojekts stellt. „Es ist ein gutes Gefühl, nicht von Banken abhängig zu sein.“

Als Journalist weiß Greisinger um die Wichtigkeit der Medien, um ein Buch ins Bewusstsein der LeserInnen und BuchhändlerInnen zu bringen. Auch seine SeminarteilnehmerInnen, rund 1.000 pro Jahr, kommen als AbnehmerInnen seiner Bücher in Betracht. Doch der klassische PR-Berater ist Greisinger nicht. Sein Motto heißt nicht „Public“, sondern „Pure“. „Public“ verfolgt leider allzuoft die Leere mit Befriedigung des KundInnen-Egos, um innere Beibehaltung des Applaus wettzumachen, – mir geht es hingegen um das „Pure“. Die herkömmlichen Public Relations basieren auf Blendung, auf Oberflächlichkeit und Inszenierung.“ Deshalb will Greisinger seine Arbeit – klargelegt im entsprechenden Buchtitel des Jahres 2001 – als *Pure Relations* verstanden wissen. „Das Pure herauszuholen heißt, das Unverfälschte, Klare, Echte, Natürliche, Ehrliche hervorzu bringen. Ich vertraue darauf, dass jemand diese echte, klare, unverfälschte Botschaft findet und aufnimmt.“ Die Universität Klagenfurt hat ihn als „Pionier für die wertorientierte persönliche Öffentlichkeitsarbeit“ bereits seit Jahren als Lektor engagiert.

Unkonventionell sind Manfred Greisinger und seine Edition Stoareich über die 15 Jahre geblieben. Bis heute vertreiben die Greisingers selbst. „Von den ca. 30.000 verkauften Exemplaren haben sicher 20.000 meine Eltern verpackt und samt Rechnungen zur Post in Allentsteig gebracht.“ Nun ist das 15. Buch fertig, wurde vor wenigen Tagen mit einem Fest anlässlich des 15-jährigen Verlagsjubiläums auf der Rosenberg präsentiert und wird auch im Rahmen der Österreichischen Buchwoche im Wiener Rathaus vorgestellt. *Eros of Work and Life* ist der vielversprechende Titel. Darin geht es freilich nicht um Erotik im engsten Sinn, sondern es soll ein Gegenprogramm zu blinder Strategie und nutzloser Effektivität sein. „Vor lauter Planen verliert man den Blick dafür, was Leben ausmacht. Eros ist für mich Lebensfreude, Spontaneität, sich erlösen können. Was bedeutet einem der Beruf? Und: Kann man das – als Marke – ausleben, was einem tatsächlich wichtig ist?“

Infos: www.stoareich.at