

Barthels Buch der Freude

Ehemaliger Gränzbote-Redakteur stellt sein Erstlingswerk vor

Er hat es in erster Linie „für mich“ geschrieben: Michael Barthel, früherer Gränzbote-Redakteur, hat das Buch „It's a Joy“ verfasst - sein „Buch der Freude“. Am Dienstag, 20. August, stellt er es in Stiefels Buchladen vor.

VON DIETER KLEIBAUER

TUTTLINGEN - Für einige Jahre war Barthel Mitglied der Redaktion des Gränzbote, ehe er als Pressesprecher und Marketing-Experte in die Wirtschaft, unter anderem für Marquardt, wechselte. Heute lebt er in Rottweil und macht sich gerade mit einer Agentur selbstständig. Seit kurzem ist sein Buch-Erstling, bei Books on Demand erschienen, auf dem Markt.

„Von Menschen und Marken“ heißt es im Untertitel, und er stellt es genau dort vor, wo er seine Anregung dazu erhalten hat: in Stiefels Buchladen, den er 2005 kennengelernt hatte - ein „sehr kleines Schmuckkästchen in einer relativ hässlichen Kleinstadt“, womit er Tuttlin-



Michael Barthel mit seinem Buch. Foto: privat

gen meint. Christof Stiefel Manz macht ihn damals mit Literatur bekannt, „die mich inspiriert und mir Spaß macht.“. Das ist nicht unbedingt Hochkultur, aber für Barthel eine neue Welt. Er nennt konkret einen Autor, der ihn fortan maßgeblich beeinflusst: den Reisechriftsteller Helge Timmerberg.

Und so hat der gebürtige Franke nun sein erstes eigenes

Buch verfasst, überwiegend sehr persönliche Erinnerungen in Episoden seines Lebens, das er mit knapp 40 Jahren nun etwa an der Halbzeit angekommen sieht. Er erinnert sich an Menschen und Begegnungen, oder wie er beschreibt: „Auf der Suche nach „Inspiration für sein erstes Buch läuft der Journalist Michael ein paar unverwechselbaren Typen über den Weg“; er sieht sein Werk als „unterhaltsames und eigenwilliges Generationenporträt der nach 1980 Geborenen.“

Einen Schwerpunkt setzen Marken: „Starke Marken verändern die Welt“, erläutert der Autor, „Jeder Mensch ist eine Marke, und zwar eine unverwechselbar einzigartige.“ Deshalb setzt Barthel in seinem Buch den Begriff Marke mit Mensch gleich und beschreibt anhand seines eigenen Lebens, wie und welche Einflüsse wirken, bis man selbst zu einer Lieblingsmarke, einer „Love

Brand“, wird. „Die Welt ist nicht nur schwarz oder weiß, auch wenn wir das gerne hätten. Starke Marken entwickelt man daher auch nicht stereotyp, sondern ausschließlich über ihre Identität, nur dafür sollte sie uns bewusst sein. Ich glaube, nur wenn wir wieder mehr füreinander und miteinander tun, können wir unsere privilegierte Lebenssituation noch lange

halten und sogar weiter verbessern. Mein Ansatz: Kommunikation ist das A und O. Das Wie scheinen wir jedoch

gerade wieder lernen zu müssen.“ In seinem Buch bespricht Barthel deshalb Fragen wie: Was treibt Menschen an, Spuren zu hinterlassen? Was macht ihre Identität aus?

Am Dienstag, 20.8., liest Michael Barthel aus seinem Buch im Rahmen der Reihe „Komm an den Tisch unterm Lindenbaum“ in Stiefels Buchladen (17 Uhr), in Kooperation mit dem Rittergarten-Verein.

Von Menschen und Marken