

BUCHKULTUR

SONDERNUMMER

Ausgabe 61A
7/1999
Preis DM 9,80/€5,70
P.b.b. Verlagspostamt
A-1150 Wien
Erscheinungsort Wien

DAS BUCHKULTUR-EXTRA ZUM MILLENNIUM



P.b.b. Verlagspostamt 1550 Wien Nr. 14610/Wiener Erschwingung Wien 2004/19.90/00.700



GUTENBERGS ZUKUNFT

BUCH UND LESEN IM 21. JAHRHUNDERT

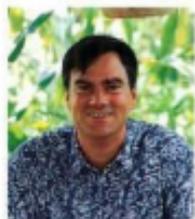


Viel um die Ohren?

**Bauer
anrufen.**

**760 55-0.
Der druckt.**

BAUER  DRUCK



Reise ins nächste Jahrtausend

Nach der Industriellen Revolution ist die Informationelle Revolution an der Reihe, und diese wird zumindest ebenso tiefgreifende Veränderungen für unsere Gesellschaft bringen. Vom denkenden Bordcomputer im Auto ist die Rede bis zum Kühlschrank, der eigenständig fehlende Lebensmittel erkennt und diese automatisch nachbestellt. Visionen, die bald keine mehr sind, sondern rascher Realität werden könnten, als wir es heute für möglich halten.

Die Informationelle Revolution verändert daher auch die Buchbranche radikal, vergleichbar mit der Erfindung des Buchdrucks durch Johannes Gutenberg im 15. Jahrhundert. Geschichten, Gedichte, Informationen – auf Papier gedruckt – sind bestens geeignet, um als Datenfolgen in Form von Nullen und Einsen dargestellt zu werden. Und damit unterliegen sie den Gesetzen und Möglichkeiten der Informationstechnologie – kompakt abzuspeichern, rasch zu versenden. Das bedeutet weniger Lagerplatz, schnelleren Zugriff, vereinfachte Distribution und billigere Produktion. Ob wir uns als Konsumenten darauf freuen können? Nun, eines ist jedenfalls klar: Die Revolution ist nicht im Ansetzen, sie ist bereits im vollen Gange.

Und wir sollen nicht abwarten, was die Zukunft bringt, sondern schon jetzt einen Blick ins 21. Jahrhundert werfen: Wenn es heute bereits möglich ist, ganze

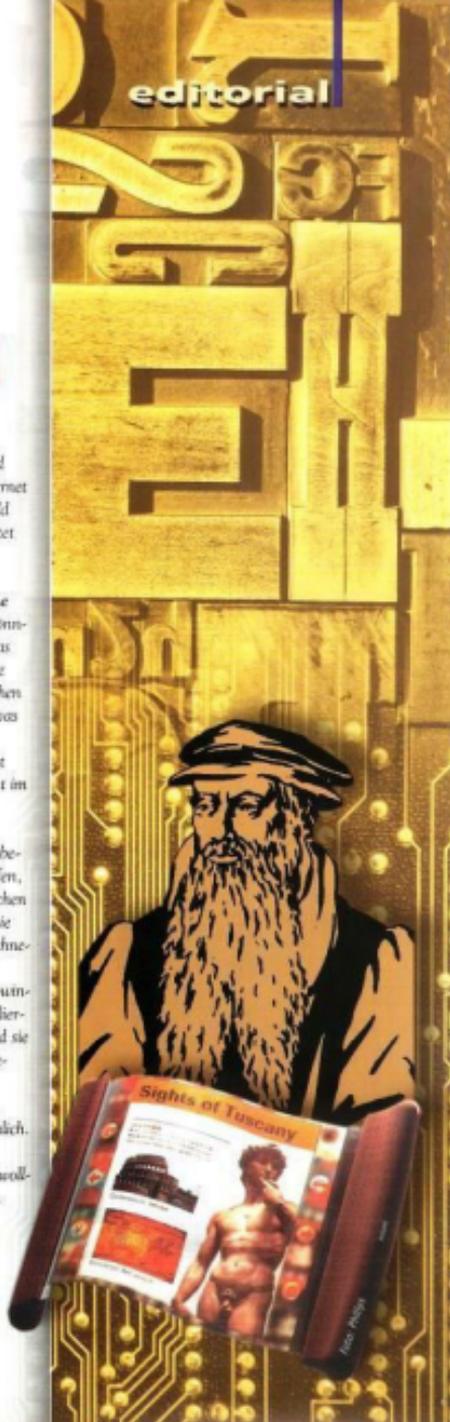
Bücher über Computer zu laden und auszudrucken, Bestellungen via Internet loszuschicken und als Autor im world wide web zu publizieren, was erwartet uns dann morgen?

Wir haben uns also auf die Suche nach Antworten begeben: Wie könnte das Buch der Zukunft aussehen, was werden wir lesen, und wer wird diese Bücher produzieren? Unsere Recherchen haben gezeigt, daß vieles von dem, was wir vor kurzem noch als gewagte Utopien eingestuft haben, schon jetzt und heute möglich wäre – der Zug ist im Rollen.

Prognosen sind immer schwierig, insbesondere wenn sie die Zukunft betreffen, sagte der Vizepräsident der europäischen Investitionsbank Ewald Nowotny. Sie können aber, wenn sie auf ausgezeichnetem Kenntnis der aktuellen Marktsituation beruhen, an Wert gewinnen, sagen wir. Wir haben mit profilierten Brancheninsidern gesprochen und sie um ihre Meinung gebeten. Herausgekommen sind Einschätzungen und Perspektiven – gesagt, diskutierbar, hoffnungsvoll, manchmal auch bedrohlich.

Der Zug ist im Rollen – und wir wollen einmal schauen, wohin wir denn fahren.

Michael Schnepf
Herausgeber





inhalt

1. LESEN

Totgesagte leben länger Seite 8

Das Buch unterliegt einem ständigen Wandel.

ALBERTO MANGUEL

Bücher sind doch öd und langweilig Seite 11

Hat das Buch eine Zukunft in den Händen von Kindern oder werden sie von der Playstation überundet? BIRGIT DANKERT

Das Gesetz der Badewanne Seite 16

Die E-Books kommen. Perspektiven und Chancen der elektronischen Bücher. FRITZ PANZER

Ein Europa des Wissens Seite 19

Wie kommen sich die EU um das Lesen und die Bücher. Die Grundlagen. HEINRICH BADURA

Leselust - Lesefrust Seite 24

Die neuesten Untersuchungen zum Thema Lesen. MARGIT BÖCK

Gegen das Lesen hat man nichts Seite 28

Braucht man heute noch Leseförderung? BODO FRANZMANN

Gefährliche Wegkreuzungen Seite 32

Schriftsteller können sich den Herausforderungen der Neuen Medien nicht erziehen. Doch der Umgang ist keinesfalls frei von Konflikten. WALTER GROND

Die Autoren der Zukunft Seite 35

Bald wird jeder Autor einen Agenten haben. Ein Blick in die Zukunft von Lizenzen und die Beziehung von Agenten zu ihren Schützlingen. JAQUELINE LeDONNE

Schnipsel und Selbstdarstellung Seite 40

Ein kleiner Rundgang durch das Literaturangebot im Internet.

Wo ist die Kohle? Seite 41

Wird die Zukunft eine Änderung bei der Literaturförderung bringen? Ein Kommentar von GERHARD RUISS

Die Zukunft der Verlage Seite 44

Die Buchwelt von morgen wird ungemein vielfältig. ERNST FISCHER

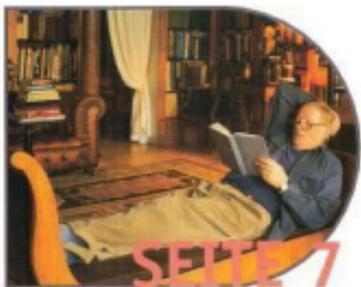
Print on Demand Seite 49

CHRISTOF HAFKEMEYER

Was kostet Print on Demand? Seite 51

Print on Demand in der Praxis

vier Beispiele aus Schweden Seite 53



SEITE 7

2. AUTOREN

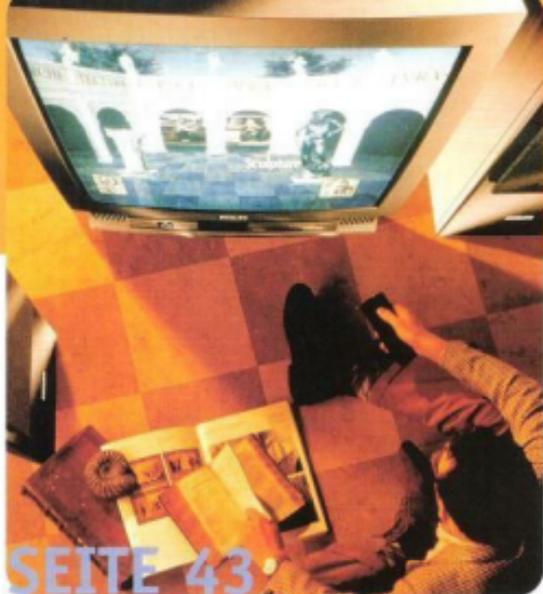


SEITE 31



Illustrationen aus: Das große Buch vom Schreibwerk, von Dörnyei und Jörnsch (Dagmar Verlag 2000)

Foto: JSC, Gestaltung: Heiny, „Alle Autoren haben“, „Puls: Foto und Paper“, B&B, Konzept: Heiny „Buchhaus“



SEITE 43



Illustration von David Engewald/Zöglener

Neue Perspektiven für Verlage..... Seite 55

Eine neue Perspektive! TOBIAS HIERL

Ich bin kein modischer Mensch..... Seite 56

VITO VON EICHBORN ist ein klassischer Verleger mit vehementen Standpunkten. Ein Interview von TOBIAS HIERL

Packager - die unbesungenen

Helden der Bücherzunft..... Seite 59

HOLGER EHLING

Bücher über Bücher..... Seite 60

Ein Rundgang durch die Neuerscheinungen der letzten Zeit.

Internet -

Herausforderung für den Buchhandel..... Seite 64

HERMANN-ARNDT RIEHMÜLLER

Bücher online einkaufen..... Seite 68

Ein Einblick in die digitale neue Bücherwelt aus der Konsumentenperspektive. MICHAEL SCHNEFF

Lernen als Herausforderung..... Seite 73

Die Ausbildung im Buchhandel muß sich ändern. Ein Kommentar von HERMANN BAUR-CALLWAY

Haben Öffentliche Bibliotheken eine

Zukunft..... Seite 74

HORST NEISSER

Literaturhaus 2000..... Seite 78

Das Bild der Autoren wandelt sich und wie sieht es bei den Literaturhäusern aus? REINHARD G. WITTMANN

3. VERLAGE



SEITE 63

4. BUCHHANDEL

Autoren und Mitarbeiter dieser Ausgabe
Impressum Seite 81



lesen 1



Die Renaissance des Lesens +++ Lesekultur
im neuen Outfit +++ Das Buch als
Statussymbol +++ Das neue Lernen +++
Elektronische Bücher am Strand +++
Richtig lesen mit neuen und alten Medien

2



Die neue Rolle der Autoren +++ Leser als geheime
Co-Autoren +++ Unterhaltung ist erlaubt +++
Autorenförderung im Zeitalter
der Globalisierung +++ Onlinedienste als
Arbeitgeber +++ Jeder wird zum Bestsellerautor

3



Die Verlage der Zukunft +++ Verlage werden
zu Medienunternehmen +++ Weltweite
Vermarktung der Inhalte +++ Print on Demand –
Hoffnung für Kleinverlage +++
Alte Traditionen kehren zurück

del



Neue Herausforderungen für den klassischen
Buchhandel +++ Infobroker und
Online-Buchhandel +++ Bibliotheken als
Infozentralen +++ Trends in der Sackgasse
+++ Das intelligente Papier

Totgesagte leben länger

Das Buch hat in seiner Karriere schon viele Wandlungen durchgemacht, und viele stehen ihm noch bevor. ALBERTO MANGUEL

Übersetzung: Brigitte Schneider

An einem Nachmittag des Jahres 1939

erinnern der großartige Jorge Luis Borges und ein paar seiner Dichterfreunde eine Geschichte (die nie geschrieben werden sollte), in welcher der junge Bewunderer eines geheimnisvollen, berühmten Schriftstellers zum Schloß seines Helden reiste und unter des Meisters Papiere eine Liste fand mit »Dingen, die in der

Literatur zu vermeiden sind». Die 29 Regeln wurden von Borges und seinen Freunden mit aufgesetzter Feiligkeit rasch zu Papier gebracht. Nummer 23 verbietet »Bücher, die so tun, als wären sie Speisekarten, Alben, Reiseberichte oder Konzerte».

Bücher und Zeitschriften werden digital. Man hat immer die neueste Ausgabe parat.

»Zivilisierte Leser«, so hielten sie fest, »amüsieren sich nicht über eine rüde Überraschung.«

Und doch, wollen wir den Verlegern Glauben schenken, wünscht sich der Leser kaum etwas anderes. In einem Zeitalter, wo jährlich ca. 350.000 neue Bücher ihren Weg in die leuchtenden Regale der Library of Congress finden, braucht es (so die Verleger) gerade diese rüde Überraschung, die ein neues Buch von seinen voluminösen Antergessen unterscheidet. Für eine Anzahl neuer Bücher ist dieses »Etwas« zu einer Audiokassette oder CD-ROM mutiert, entweder als Textträger erster Hand oder als Begleitinstanz zum gedruckten Buch. Manchmal ist so etwas sinnvoll: Michael Endes »Unendliche Geschichte« wurde z.B. in grüner und roter Schrift gedruckt, um zwischen der Realität und der Traumwelt im Buch zu unterscheiden. Ursula K. Le Guins brillanter utopischer Roman »Always

coming Home« enthält vernünftigerweise eine Kassette mit der Musik ihrer Phantasiewesen. Laura Esquivels letzter Roman »Das Gesetz der Liebe« ist mit comicartigen Illustrationen und einer CD mit Puccinis Arien und mexikanischen Dancones erschienen. Die Alianza-Ausgabe des Don Quijote enthält eine CD-ROM mit dem gesamten Text des Romans, die es dem Leser – ganz in der Art des Borgesschen

Pierre Menard – gestattet, selbst Cervantes zu sein und den Text nach Laune umzuschreiben. Und vor einem Jahr wurde Tom Wolfes letzter Roman mit dem Titel »Ambush at Fort Bragg« von Bantam Doubleday Dell als »Ausschließlich in Audio, nicht in Buchform erhältlich« publiziert.

Ein Buch, das nicht gedruckt erhältlich wäre? Ist das nur eine Art Werbepropaganda, ein Video in eigener Sache? Oder handelt es sich um eine neue Form des Buches, das gemeinsam mit der ausgefeilteren Verwandten, der CD-ROM, ein neues Zeitalter des »Audio-exclusive« ankündigt?

In seinem 6.000 Jahre langen Leben hat das wunderbare Ding, das wir Buch nennen, mehrere Reinkarnationen durchgemacht, es hat sich von der Tontafel zur Schriftrolle und von dieser zum Kodex entwickelt. Diese Veränderungen geschahen sowohl aus praktischen als auch aus ästhetischen Gründen. Eine Tontafel war ein nur sehr begrenzter Informationsträger im Vergleich zur wesentlich voluminöseren Schriftrolle, die wiederum weniger aufnahmefähig war als ein Kodex. Der Kodex war einfach zu lesen und leichter mit Anmerkungen zu versehen und konnte problemlos mit ins Bett oder ins Freie transferiert werden. Er wurde zu einem ungünstigen Begleiter, und obwohl die Leser immer wieder an seiner Form experimentierten, ist seit Erscheinen des ersten Bandes gebundener Seiten vor vielen Jahrhunderten das Buch im wesentlichen das gleiche geblieben. Die ausgestorbenen Varianten lesen sich wie eine Miniaturgeschichte verbotener Überraschungen aus Borges Liste: das mittelalterliche Buch in der Kiste oder das Buch im Sattel, das der Reiter vom Hals herab oder im Sattel hängen lassen konnte, womit ein rascher Zugriff gesichert war, und das aus vier weichen Lederschichten bestand, deren Inhalt so etwas wie ein Karten-

ten-Index war, lose Seiten aus dem Kornei oder das Buch, dessen Format den Inhalt widerspiegelte, wie etwa der Band mit Liebessmadrigalen in der Form eines Herzens,

hergestellt vom französischen Handelsmann Jean de Montchenu 1475, kaum drei Jahrzehnte nach der Erfindung des Buchdrucks; Bücher derart voller Träume über physische Größe oder Selbsterniedrigung, daß ihre Lektüre beinahe unmöglich wurde, von

Die Tontafel war ein sehr begrenzter Informationsträger



Jorge Luis Borges verbietet Bücher, die so tun, als wären sie Speisekarten.

Audubons berühmter Edition in gigantischer Dimension über die Vögel Amerikas bis zu Miniaturbüchern wie der Smithsonian Dibrner Liliput-Bibliothek »Buch im Medaillon«, gedruckt in Glasgow um etwa 1895. Zum Glück fanden sie in ihrer aberwitzlichen Einzigartigkeit keine Nachahmung.

Bücher auf Tonkassetten oder als CD-ROM sind gewiß ein anderes Thema. Weder haben sie die benötigte Stundhaftigkeit von Buchstaben auf Seiten, noch gestatten sie uns die gemächliche Intimität des Lesens mit einem Buch in der Hand; sie haben mehr mit Film oder Videospiel gemeinsam als mit Buchdruck (ich beklage mich nicht, ich anerkenne ihre grundlegenden Qualitäten). Und deshalb liegt der Fehler dieser Bücher-Nachahmung im Anspruch, diesen gleich zu sein, die lesbaren Qualitäten des Kodex beizubehalten und dabei die almodischen Eigenheiten – Papier und Tinte – abzulegen.

Bücher haben stets geliebte Stimmen berückichtigt. Audio-Bücher sind bloß eine technisch fortschrittliche Variante der Gute-Nacht-Geschichte, Omi wurde eingetauscht gegen den »Einsatz« (so Ambushs Slogan) des US-amerikanischen Schauspielers Edward Norton, und die meisten CD-ROMS sind Bilderbücher, die durch bewegte Bilder ersetzt wurden. Bei diesen literarischen Offenbarungen galt es, zuerst ein Buch zu publizieren, dann – wenn erfolgreich – es auf Audiokassette lesen zu lassen oder als CD-ROM zu produzieren. Wolfes Verleger haben lediglich die Reihenfolge vertauscht. Und dabei ist nichts weniger originell als ihr Wunsch nach Originalität, denn Filmgesellschaften verfolgen diese Methode schon seit geraumer Zeit – erst der Film, dann folgt der Roman. In einigen Fällen findet sich das Buch zu beiden Seiten der Gleichung: Die Novelle »Geheime Zeremonie«

des Argentiniers Marco Denevi erschien zuerst in Buchform, dann wurde sie 1969 von Joseph Losey verfilmt, um anschließend wieder von einem Auftragschreiber umgedichtet und unter dessen Namen publiziert zu werden.

Audiokassetten und CD-ROMS sind im großen und ganzen keine neuen Formen des Buches, sondern Beigaben, Dekoration, Requisiten, Geräte. Mir fällt dazu nur ein Beispiel ein, wo die neue Technologie bestens genutzt wurde bei der Produktion eines (wage

ich es geschrieben zu nennen!) Buches. Der Roman »Agrippa« des Kanadiers William Gibson. Ein Buch über die Toten, erschienen 1992 als ein in begrenzter Auflage verschlüsseltes Programm auf Diskette, war als ein illustrierter Text konzipiert, der sich nach der Lektüre selbst zerstörte – eine vom Plot vorgegebene Tatsache.

Und dennoch scheinen diese elektronischen Pioniere dem neuen Medium nur halbherziges Vertrauen zu schenken: Abgeneigt, Agrippa ausschließlich dem Gedächtnis seiner Leser zu überlassen, ließ Gibson im selben Jahr eine gebundene Ausgabe drucken, gerade als Tom Wolfe dem Rolling Stone einen Romanabruck von Ambush als Serie gestattete – somit war der Anspruch »Nicht im Druck erhältlich« nicht ganz erfüllt. Dient Agrippa als Vorläufer für weitere Bücher, für die eine CD-ROM-Ausgabe keine Präferenz, sondern ein Erkendnis ist? Es ist noch zu früh, dies einzuschätzen, aber ich vermute, daß durch die neuen Technologien der Versuch aufgehoben wird, das Buch durch »Speisekarten, Alben, Reiseberichte

oder Konzerte« zu ersetzen. Anstelle dessen werden neue Kunstformen entstehen mit bestimmtem Vokabular und eigenen Konventionen, so wie die Photographie den Versuch aufgab, es der Malerei gleichzutun, oder Film längst nicht mehr Theater kopiert. Bis dahin wird uns das Buch in Form gebundener Seiten beharrlich weiter dienen. Vielleicht werden wir eines Tages erkennen, daß eckige Räder, vertikale Betten oder geruchlose Blumen ihrem Zweck besser gerecht werden und daß das gemessene Buch, das wir nun in Händen halten, in unsere Tasche stecken, im Zug lesen oder unter der Bettdecke, in Wahrheit unpraktisch und schwerfällig war, und uns bei weitem nicht jene Vergnügungen und Wunder gewährte, die kommende Literaturgenies versprechen.

Unter solch ausgefüllten und rüde überzählenden Umständen erhebt sich eine weitere Frage: nämlich nicht die nach dem Überleben des Buches (in welcher Erscheinungsform auch immer), sondern nach dem

zunehmenden Bedürfnis der Editions- und Verlagsmaschinerie nach Veröffentlichung eines Autors und seines Buches, wobei das Produkt der (so heißt man) behal-

sichtigten Inspiration in ein Ein-Tages-Wunder verwandelt wird. Dieser Drang, jedes Buch als (für einen Moment) essentiell erscheinen zu lassen, wird ohne Zweifel in den kommenden Jahren überwältigende Dimensionen erreichen, wenn es zunehmend mehr um Geschwindigkeit und nicht um Tiefgang geht. Und niemand kann sagen, die Autoren würden sich beschweren. Im Gegenteil: Autoren überall (mit spärlichen, verdräuflichen Ausnahmen) scheinen es durchaus zu genießen, wenn auch nur für

Das Buch auf Diskette zerstörte sich nach dem Lesen selbst



Eine neue Facette des Buches

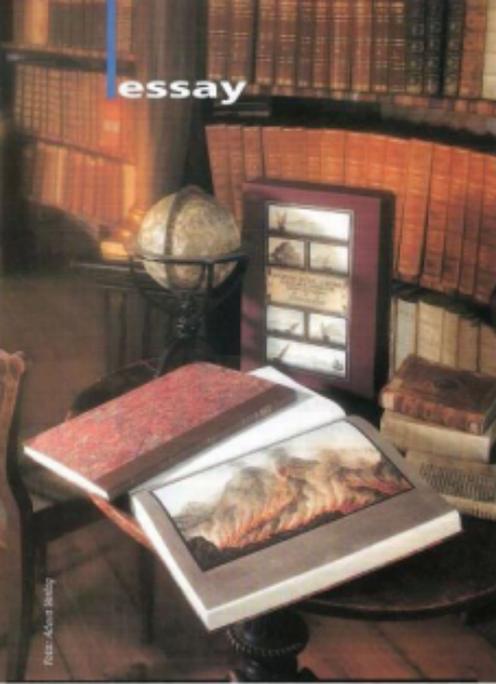


Foto: Arndt Heise

Jeder kann zum Bestsellerautor werden – zumindest für eine Stunde.

ein paar Sekunden, auf den Lippen eines Talkmasters zu sein oder, noch besser, wenigstens im letzten Rang einer der allgegenwärtigen Bestsellerlisten zu erreichen.

Gestatten Sie mir ein Beispiel:

Vor drei Jahren, am 3. Juni, versammelte sich eine Gruppe von Literaturliebhabern im Lesesaal der British Library in London,

in Erwartung des Dichters Enoch Soames. Wie vielleicht zu erwarten war – er erschien nicht. Dieses Treffen hatte folgende Veranstaltung: Ein Jahrbundert zuvor hatte Herr Soames drei Exemplare seines Gedichtbandes »Fungoids« verkauft und einen Pakt mit dem Teufel geschlossen. Im Gegenzug für seine abgeleitete Seele hatte er sich erbeten, den Lesesaal ein Jahrhundert später besuchen zu dürfen, um zu sehen, wie die Nachwelt ihn einstufte. Zu Soames Pech hatte ihn die Nachwelt gar nicht beurteilt, man hatte ihn einfach ignoriert. Es gab keine Aufzeichnungen seines Werkes im opulenten Katalog der Bibliothek, und in einer Literaturgeschichte seiner Epoche war sein Name

nur in einer Anmerkung erschienen, die ihn als imaginären Charakter beschrieb, den der englische Humorist Max Beerbohm erfunden hatte. Man kann nur hoffen, daß für seine zukünftigen Leser auch sein Geist unsichtbar war. Sowie zu den Früchten allzu großen Ehrgeizes.

In der Vergangenheit hatten Schriftsteller manchmal einen glänzenden Totenschädel auf dem Schreibtisch liegen, der sie daran erinnern sollte, daß das Grab die einzige Belohnung für ihre Mühe sei. Bis einschließlich vergangener Mai war das *Memorato mori* eines Autors nicht der Totenschädel, sondern ein erleuchteter Monitor, der ihn auf einer der zahlreichen Bestsellerlisten anzeigte, daß er das Schicksal des armen Soames teilte, sein Name durch Abwesenheit glänzend auf diesen Listen der Auserwählten. Damit hat es jedoch ein Ende.

Einem Anflug von Wohltrübsinnigkeit, wenn nicht Humor folgend, entschied Jeff Bezos, Vorstandsdirektor bei Amazon.com – ein Online-Buchladen, der genauso existiert wie Soames Geist – vor wenigen Monaten, all diesen erbarmungslos ignorierten Autoren zu Hilfe zu eilen. Durch diese Geste, die man nur als wahrhaft demokratisch beschreiben kann, sind die Bestsellerlisten bei Amazon.com nicht länger auf ein paar literarische 20 Namen beschränkt, sondern beinhalten drei Millionen Titel, nach Reihung der Bestseller – eine bescheidene Anzahl, die nur die Anzahl der Titel diktiert, die im großzügigen Gedächtnispeicher von Amazon.com vorhanden sind.

Dank neuer Technologien ist das Memorato mori der Schriftsteller zur Schattelle der Eitelkeit geworden. Hat man einmal ein Buch veröffentlicht, so nimmt man logischerweise an, es befindet sich unter den drei Millionen Titeln, die Amazon.com offeriert, schreibt den Titel hin, und: presto!

Man erhält die exakte Rangfolge seines Buches unter den Mitbewerbern. Man stellt sich nur das höhnische Grinsen vor (vergleichbar mit dem letzten Passagier, der es auf das Rettungsboot der Titanic geschafft hat), mit dem Bestsellerautor Nummer 3.000.000 herabschauen kann auf Soames Leidensgenossen, der mit Platz 3.000.001 auf verkommenen Posten steht.

Welche Autoren in oder aus dem Rennen sind, das bestimmen schon seit 1895 Gesetze, die stärker sind als der Zufall. Damals erschien die erste Bestsellerliste beim »Bookman«, Bücher schafften den Sprung auf die Liste aus weißer der Teufel welchen Gründen. Wenn allerdings Ihr Name im Rampenlicht alles ist, was Sie erreichen möchten, so läßt sich dieser bescheidene Wunsch durchaus erfüllen. Bitten Sie erst mal alle Ihre Freunde, am selben Nachmittag ein Exemplar zu kaufen, und Sie werden eine exquisite Stunde lang in der Amazon.com-Reihung glänzen. Für jene, die solche Schritte nicht antun möchten, wie es heilsam, die Namen auf den Bestsellerlisten vor einigen Jahren zu durchforsten. Abgesehen von wenigen Ausnahmen – wer kennt diese Leute? Wer sind diese Heerscharen, deren nummehr völlig vergessene Bücher wahrscheinlich hunderttausendfach verkauft werden, erst von Bestseller-Machern in den Charts gepriesen und dann spurlos verschwunden?

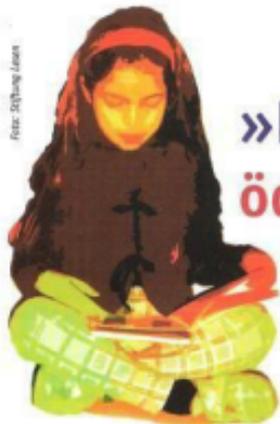
Vielleicht ist es ungerecht, all dieses Zahlen zu hinterfragen. Listen sind an sich etwas Effresliches, das eigentliche Wesen der Dichtkunst (wie Borges es einmal formuliert), und es wäre niederrichtig, dem Autor von »Fungoids« das Vergnügen zu verwehren, sich selbst auf einer Abendgesellschaft vorzustellen, wie »Guten Abend, ich bin Bestseller-Autor Nr. 2.999.999. Von meinem Buch wurden sieben Exemplare verkauft.«

Aber es kann sein, daß ein kleines Maß an Einzelkeit erforderlich ist bei den literarischen Bemühungen. »Sieben Exemplare«, sinniert der Protagonist von Thomas Love Peacock Roman aus dem frühen 19. Jahrhundert, »Nightmare Abbey«, »stünd verkauft worden. Sieben ist eine mystische Zahl und ein gutes Omen. Laß mich die sieben Käufer finden, und sie werden die sieben Ketten sein, mit denen ich die Welt erluchte.« In unserer Zeit, wo Oier als Tugend gewertet wird, wer wagt es wagen, um solch ein bescheidenes Ziel zu streiten? 

Guten Abend, ich bin

Bestseller-Autor

Nr. 2.999.999!



»Bücher sind doch öd und langweilig ...«

Lesen von Kindern und Jugendlichen
im 21. Jahrhundert BIRGIT DANKERT

Wir lesen mit der Absicht, etwas zu erfahren, oder mit dem Ziel, uns zu unterhalten, uns an ästhetischen Sprach- und Erzählmustern zu erfreuen, im Gelesenen Lebenshilfe und Sinngebung zu finden.

Lesekultur kann gemessen werden am Grad der Alphabetisierung, an der öffentlichen Verfügbarkeit von Texten, an Verbreitung, Intensität und Einfluß des literarischen Diskurses.

In Zusammenarbeit mit audiovisuellen (AV)-Medien und EDV-gestützten Datenträgern müssen Aufgaben, Qualität und Besonderheiten des Lesens neu definiert werden. Die spontan genutzten Offeren der neuen Medien wie die sinnliche Zugänglichkeit und Aktualität von AV-Medien, die interaktive Kommunikation der Computertechnik, der mühelos aufnehmbare, emotionale Unterhaltungswert visueller Medien ergänzen oder ersetzen das Traditionsmedium Buch und die herkömmliche Rezeptionstechnik des Lesens.

Aktuell definiert, erhält Lesen den Rang der Primärqualifikation für jede Art von Medienkompetenz. Lesen gewährleistet nicht nur den Zugang zu den schriftlich fixierten Speichern von Wissen und Kultur, sondern ermöglicht auch individuell gesteuerte Aufnahme und Verarbeitung abgeschlossener Erkenntnisprozesse.

Es bildet eine Brücke zu Benutzung, Kontrolle und Beherrschung der übrigen Medien und stellt eine kontinuierlich verfügbare Verbindung zwischen Denk- und Rezeptionsvorgang in Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft dar.

Der Fähigkeit des Lesens und Schreibens wuchs zur Zeit der europäischen Aufklärung revolutionäre Sprengkraft zu. Sie

trägt bis heute – über alle negativen Begleiterscheinungen hinaus – zur potentiellen Demokratisierung und Gedankenfreiheit aller bei, die sie beherrschen.

Vor dem Erfahrungshintergrund von Medienvielfalt und gleichzeitigem funktionalem Analphabetismus in den wohlhabenden, hochentwickelten Staaten mit obligatorischem Lese- und Schreibtraining formaler Bildungsprozesse gehört Lesesozialisation als Grundlage angestrebter Medienkompetenz zu den Aufgaben verantwortungsvoller Kulturpolitik.

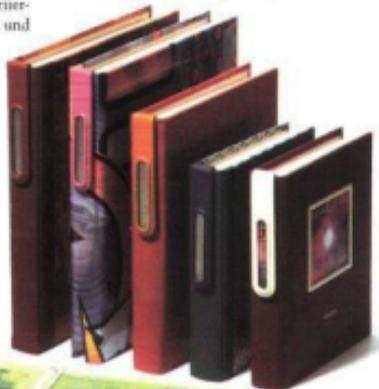
Lesen bietet eine durch andere Medien unersetzbar animmernde Mischung von intellektueller Dekodierung eines abstrakten Symbolsystems in sinnlichen Geuß. Texte bieten durch jahrtausendalte Tradition entwickelte differenzierte und variierte Erkenntnis in Worten, Symbolen und Daten. Das Buch wagt einen fertigen Text, eine fertige, abgeschlossene Weltansicht. Nirgends finden sich so viele Plots, Daten- und Wertekorrelationen, ästhetische Muster wie in der aufgeschriebenen Literatur.

Richtig lesen

Leseverhalten wird mit Wortspielen, Bildbetrachtungen, beim Vorlesen und Singen als Teil-spiel- und paraliterarischer Kommunikation¹ bereits im Kleinkindesalter geprägt und liefert individuelle Rahmenbe-

dingungen, die Lesekompetenz, Lesemotivation, Lesestoffe und Freizeit/Medienumwelt definieren und als Determinanten des Leseverhaltens wirksam werden². Familie, Freundeskreis, Schule, Bibliotheken und Buchhandel gehören zu den Sozialisationsinstanzen, die für Leser- oder Nicht-Leserkarrieren verantwortlich werden.

Leseverhalten ist geprägt durch die Zugehörigkeit zu einer bestimmten Alterskohorte sowohl im Ablauf der Lebensalter als auch im historischen Kontext. Kindheit und frühe Jugend kann bedingungslos Aufbau und Stabilisierung von Lesewohnen (oder ihrem Verlust) gelten. Jugend und Adoleszenz funktionalisiert Lesen häufig als Hilfsmittel zur Ausbildung, Studium und beruflicher Qualifikation. Spätere Jahre sind



Das Buch aus Papier, aber zum Aufladen – immer wieder neu und spannend.

¹ S. B. Kurennann u.a.: Leseschulbücher, 1993, S. 129-143.

² A. M. Bonfadelli/A. Fritz, in: Lesaufhebung und Lesartenlernen, 1992, S. 42.

mit niedrigerer Lesefrequenz der Unterhaltung, Freizeitgestaltung und weiteren Benutzfunktionen bei denen gewidmet, deren Leseverhalten zum stabilen Habitus geworden ist.

Auch wenn die Befragung nach Lektüre, Lieblingsbüchern und Lesevorlieben keine sonderliche, ausdrückliche Bevorzugung aktueller, speziell für Kinder und Jugendliche publizierter Printmedien ergibt, mit zunehmendem Lebensalter sogar eine deutliche Vernachlässigung zugunsten anderer Printmedientypen oder der allgemeinen Belletristik und Sachliteratur nachgewiesen werden kann, so stellen Kinder- und Jugendbücher doch qualitativ wie quantitativ einen wichtigen Faktor in der Literarisierung und Literaturrezeption dar.

Lesesozialisation

In der Regel entscheiden Einflüsse des Elternhauses, ob ein Kind gerne oder ungerne, viel oder wenig liest. Der Lesehabitus wird als Teil der Erziehung, in bewusster oder unbewusster Sozialisation durch die Umgebung des Kindes eingeübt. Weil die Kulturtechnik Lesen ausschließlich durch gezielte, kontinuierliche Vermittlung, Didaktik, Übung erworben werden kann, unterliegt Lesesozialisation anderen, rigideren Gesetzmäßigkeiten als Mediensozialisation.

Lesen ist für die Mehrheit der Kinder immer noch attraktiv und gehört zur bevorzugten Freizeitgestaltung. Wie sehr Bücher und Lesen allerdings in emotionale und soziale Gewohnheiten eines Kindes Einlaß fin-

den, darüber entscheiden offensichtlich Intensität und Vorbildcharakter der Mutter als ambitionierte, mütterliche, zur Nachahmung anreizende Leserin und Benutzerin von Institutionen literarischer Sozialisation.

Der Weg zum Buch

Kinder- und Jugendliteratur entwickelte sich in Deutschland während der letzten drei Jahrzehnte nicht nur als Teil, sondern als Garantie von Lesekultur. Trotzdem offenbart sich allgegenwärtig Unbehagen an der aktuellen Situation. An erster Stelle muß in diesem Zusammenhang der Zweifel an der Existenzberechtigung internationaler Kinder- und Jugendliteratur genannt werden. Die Forderung von Storn, Wolgast und Kästner, beim Schreiben für junge Leser nicht kindertimelnd, sondern in der Kniebeuge zu schreiben, sondern auch hier Gesetze der Sprachkunst gelten zu lassen, interpretieren Autoren, Wolgast und Theoretiker der Kinderliteratur längst selbstbewußt mit Blick auf die besonderen Lesebedürfnisse und Rezeptionsformen ihrer Klientel und keineswegs als Aufforderung zu ästhetischer Nivellierung.

Kinder- und Jugendliteratur findet immer mehr erwachsene Leser – nicht nur, weil sie immer »besser« wird, sondern auch, weil

unsere Gesellschaft kindlichem Denken, kindlichen Mythen, dem Prozeß der Sozialisierung in einer konfliktreich empfundenen »erwachsenen« Welt, wie sie in den Geschichten für Kinder und Jugendliche zu finden sind, offener, betroffener und fröhlicher begegnet. Die Kinder- und Jugendliteratur-Autoren zöben Bereiche kindlicher und jugendlicher Identität, Weltvorstellung und Sehnsucht auf, die immer mehr als später verschütteter Teil menschlicher Existenz entdeckt, erkannt und akzeptiert werden. Aufklärerische Modelle ethischer Erziehung, romantische Vorstellungen vom Kind als unverdorbenem Wesen, Erkenntnisse der Psychoanalyse und die Fortschritts-Irritationen der hochentwickelten Industrienationen tragen zu diesen neuen Positionen ästhetischen Geschmacks gegenüber Kinderbüchern bei.

Zur gleichen Zeit müssen sich die Protagonisten und Förderer der speziellen Literatur für Kinder und Jugendliche fragen lassen, wo ihre Legitimation liegt, wenn Jugendliteratur nicht mehr nur als Latenzphase vor dem »Erwachsenen« bzw. Altersstatus, sondern als angestrebte Lebenskonstante interpretiert wird. Fraglos leben nämlich Kinder- und Jugendbücher von gesellschaftlichen Sonderstatus der Kindheit und Jugend. Mügen beide Phasen auch als Schutzraum,

DIE AUFGABEN DER KINDER- UND JUGENDLITERATUR

- ☛ flankierende Maßnahmen zur Einübung der Kulturtechnik Lesen (s.a. Kapitel zur Leseförderung);
- ☛ Sozialerziehung mit literarisch aufbereiteten Fallbeispielen;
- ☛ Einführung in ästhetische Muster;
- ☛ variationsreiche Identifikationsangebote zur Erklärung oder Bewältigung psychosozialer Prozesse und Entwicklungen;
- ☛ intergenerierter Informationstransfer. Zusätzliche Akzeptanz gewinnen Sachbücher und Nachschlagewerke für Kinder und Jugendliche als
- ☛ Begleiterscheinung der formalisierten Ausbildung;
- ☛ Material zu individualem Lernen;
- ☛ medial vermittelte Weiterführung;
- ☛ dilaktisch aufbereitetes Wissen. Die von der Les- und Medienforschung mit wachsender Aufmerksamkeit betrachteten Les- und Medienbiographien (z.B. Lesebilder, 1980; H. Bonfadelli/A. Fitz, in: Leseförderung und Lesekarrieren, 1993) beschleunigen als Indikatoren für gelungene Leseförderung
- ☛ den eindeutigen Beginn des individuellen Les- und Medienhabitus als Kind und Jugendlicher;
- ☛ komplexe Motivationszusammenhänge der in empirischer Sozialforschung einzeln erfragten Determinanten für Les- und Medienanbahnung, die rückblickend häufig monokausal gedeutet werden;
- ☛ während Kindheit und Jugend häufig wechselnde Vorlieben mit erst rückschauend erfählter Konstantenbildung;
- ☛ ein starkes emotionales Verhältnis zu Les- und Medienvorlieben. Auch dort, wo offensichtlich kognitiv angelegnete Les- und Medienenergebnisse stattfinden, herrscht in der Erinnerung lust- bzw. unlustbetonte Annäherung und Verarbeitung vor;
- ☛ eine ab dem Geburtsjahr 1960 deutlich multimediale, ab dem Geburtsjahr 1980 von Computemedien und der Vielfalt von Fernsehprogrammen zusätzlich geprägte Entwicklung.



Auch Kinder bekommen ihre elektronischen Bücher verpaßt – zumindest laut einer Studie von IBM.

Ghetto, Paradies, Mangel- oder Vorbereitungsphase interpretiert werden, immer zehren die Variationen ihrer Literarisierung von der Dynamik, die in Abgrenzungs- oder Interpretationsprozessen frei wird.

Vielen erscheinen die gegenwärtigen Produktionsbedingungen von Kinder- und Jugendliteratur kontraproduktiv zu Qualität und Programmatik von Literatur und Leseförderung. Außerdem verstört das ungeklärte Verhältnis zu den elektronischen Medien selbst dort, wo die Erkenntnis der Unterschiedlichkeit und spezifischen Qualität des Buches neben zukünftigen digitalen Multi-Media-Produkten selbstbewusst vertreten wird. Dabei vertrauen die Eckdaten zur Entwicklung computervermittelter Kommunikation eine Zusammenschau mit KJL als Garant der Lesekultur: Internet oder ähnliche Einrichtungen werden zukünftig nach inhaltlichen Gesichtspunkten, Nutzergruppen und Anwendungszwecken strukturiert. Aufbau: werden Bildung-, Unterhaltungs-, Wirtschafts- und Forschungsetz – selbstverständlich auch Kindernetze mit Anteilen der Kinder- und Jugendliteratur.

Voraussehbar sind kommerzielle Premiendienste mit zusätzlichem Entgelt für besonders hohe Geschwindigkeit, Nutzerfreundlichkeit und Exklusivität des Angebotes. Hier läßt sich eine Exklusivitäts-, eventuell Qualitätspyramide des Angebotes, aber auch die Bedrohung demokratisch-öffentlicher Zugänglichkeit zu Kinderliteratur-Adaptionen voraussehen. Auch Basisdienste (www, E-Mail, Chat-Listen) werden entgeltpflichtig. Ein neues Kampfgelände für die Qualität und die Subventionierung des Kinderbereiches tut sich unüberschaubar auf. Die elektronischen Distributionswege bedeuten für das Medium Kinder- und Jugendliteratur formale, inhaltliche und politische Herausforderungen, die auf eine sehr bekannte Formel zu bringen sind: möglichst vielen Kindern und Jugendlichen ungehinderten Zugang zur medialen Aufarbeitung ihrer Erfahrungen-, Emotions- und Traumwelt zu schaffen und zu garantieren.

Der Markt bestimmt das Leseverhalten

Wenn auch die Determinanten des Leseverhaltens in Zukunft wie heute hauptsächlich von den Sozialisationsinstanzen Familie -peer group-, Schule und Bibliothek gesetzt werden, so gewinnen Beziehungen zwischen Produktionsbedingungen und Lektüregewohnheiten auch für Kinder und

Jugendliche eine immer größere Bedeutung. Hier einige Beispiele:

Immer noch gilt die Überzeugung der europäischen Aufklärung: Meinungsvielfalt und Meinungsfreiheit bedingen einander. Frei zugängliche Publikationsvielfalt dokumentiert und ermöglicht auch in Kindheit und Jugend Meinungsfreiheit und -vielfalt. Wenn jährlich ca. 5.000 neue deutschsprachige Kinder- und Jugendbücher produziert werden, spiegelt sich in Variationsreichtum ihrer Formen, Inhalte und Weltbilder ihr kreatives Potential, aber auch das Bewußtsein ihrer Rezipienten. Daher beweist und perpetuiert die vielfältige deutschsprachige Kinder- und Jugendliteratur das Verschwinden eines einheitlichen rigide verfolgten Kindheits- und Jugendmodells. Ob man dieses für die Zukunft mit Sicherheit zu prognostizierenden Phänomen als Zeichen von Liberalität einer offenen Gesellschaft oder als Orientierungslosigkeit bewertet, hängt von Standpunkt des Betrachtenden ab.

Zumindest die deutsche Produktion von Kinder- und Jugendliteratur hat sich in den letzten Jahren auf die Mechanik -viele Titel -kleine Auflagen -schneller Verkauf -kurze Lagerhaltung und Backlist -viele neue



stehen die vielen kurzlebigen Titel einer Kanonbildung und damit einem funktionierenden öffentlichen Diskurs ausgewählter Titel entgegen.

Gerade weil das Kinder- und Jugendbuch als Alphabetisierungs-, Literaturverorgungs- und Informationsinstrument in den letzten 20 Jahren in den deutschsprachigen Ländern außerordentlich erfolgreich fungierte, wirkt es zunehmend nach den Gesetzmäßigkeiten von Marktprodukten. So bedeuten Jahreszeitschriften, also ästhetische Bild- und Sprachmuster zur Literarisierung von Natur- und Kulturphänomenen des

LESEKULTUR DER ZUKUNFT VERLANGT:

- ⊕ kontinuierlich eine Vielzahl unterschiedlicher Leseanreize für Kinder und Jugendliche zu schaffen oder zugänglich zu machen,
- ⊕ von Kindern und Jugendlichen keine stringente -Lesekartens- zu erwarten oder in Programmen außerhalb der Lehrpläne anzustreben,
- ⊕ bei der Vermittlung von Print- und anderen Medien immer auch die Stimmungswerte und ästhetischen Begleitscheinungen des Rezeptionsprozesses zu bedenken und positiv zu beeinflussen,
- ⊕ Leseförderung konstant als Teil umfassender Medienpädagogik zu verstehen.

Titel- eingespielt. Eine der Konsequenzen im Leseverhalten von Kindern und Jugendlichen, also von Lesanfängern in den ersten acht Jahren ihrer voraussichtlich stiebtjährigen Lesebiographie, ist das Verschwinden eines gültigen Reservoirs regionaler, nationaler oder internationaler akzeptierter, im gemeinschaftlichen Diskurs wahrnehmbarer Mythen, Spitznamen und Kompositionen. Es gelten die Gesetze des schnellen, nicht in Erinnerung gehaltenen Konsens. Regulierend und normativ wirken zwar in Zukunft mehr und mehr die Selektionsmechanismen der global produzierten Texte und vor allem die international vermarktetem Medienadaptionen. Trotzdem

kindlichen Erfahrungsumfeldes, heute marktstabilisierende Faktoren. Der Erfolg dieser Produkte wird sich in globalen Märkten immer mehr auf Umsatzzahlen konzentrieren und dabei zweifellos einer gewissen ästhetischen Nivellierung unterworfen. Mit großer Wahrscheinlichkeit fällt der in nicht wenigen europäischen Ländern verteilte feste Ladenpreis auch für Kinder- und Jugendbücher. Eine noch größere Marktkonzentration wird die Folge sein. Für die Lesesozialisation von Kindern und Jugendlichen bedeutet diese Entwicklung, daß Avantgarde, regionale Literatur/ Illustration und Minderheitenlektüre in Zukunft zumindest subventioniert werden und/oder in öffent-

Mit TESSLOFF ins 21. Jahrhundert!

**WAS
IST
WAS**

special

**WISSENSCHAFT
UND TECHNIK**

2000

MEDIZIN

GENTECHNIK

VERKEHR

ARCHITEKTUR

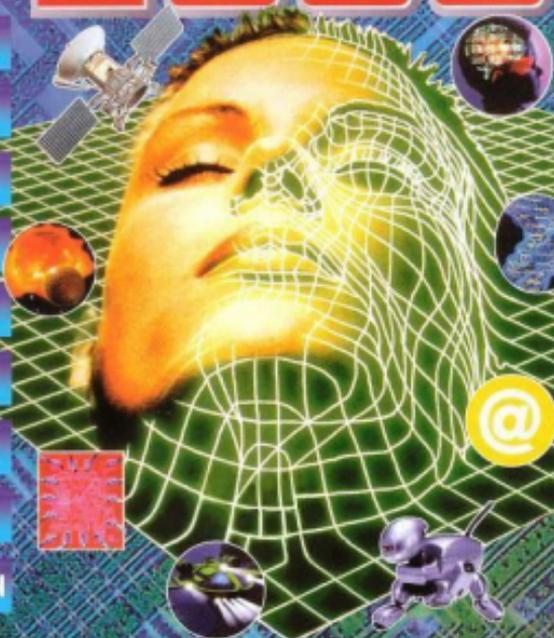
ENERGIE

COMPUTER

ROBOTER

RAUMFAHRT

KOMMUNIKATION



Tessloff

ISBN 3-7886-0833-4

Dr. Rainer Köthe, **WAS IST WAS special: Wissenschaft und Technik 2000**
Hardcover, 64 Seiten, Format 20,4 x 27,3 cm. Mit vielen farbigen Fotos und Zeichnungen.

DM 19,80 / 85 145,- / sFr 19,40

Erscheinungstermin: Oktober 1999

www.tessloff.com

Tessloff

lich nicht wahrgenommenen Nischen abwandern muß. Es wird also – auch für den Aufbau von Lesehabitus und Lesegewohnheit – autonome Teilöffentlichkeiten geben. Der individuelle Internet-Zugang wird sie eher unterstützen als überwinden. Wie diese Teilöffentlichkeiten – auch in der Kindheit und Jugend – strukturiert sein werden, etwa durch Sprache, Sozialstatus und Ideologie, ist schwer voraussehbar. Die Politik entwickelt immer schon ein feines Gespür für die Unkontrollierbarkeit autonomer Teilöffentlichkeiten – besonders auch im literarischen Bereich. Schon jetzt sieht die EU-Kulturlpolitik Förderprogramme für regionale und Minderheitenliteratur vor, um die Isolation von Teilöffentlichkeiten zu verhindern. Kinder- und Jugendliteratur als demokratiestützendes Vehikel erfolgreich etabliert, gehört zu den tatsächlichen und potentiellen Objekten dieser Förderprogramme. Die ebenfalls seit der europäischen Aufklärung vollzogene Subventionierung intentioneller Kindes- und Jugendliteratur erfährt so eine neue politisierte Rechtfertigung. Produktion, Vermittlung und Rezeption werden sich demnach ausrichten.

Von den 1997 produzierten 3.090 Erstauflagen deutscher Kinder- und Jugendbücher waren 831 Titel, also 26,9%, Übersetzungen ins Deutsche. Im gleichen Zeitraum wurden Übersetzungslizenzen für 843 deutsche Titel ins Ausland vergeben. Mit Verkäufen in asiatische und mittel- wie osteuropäische Länder erschloß das deutschsprachige Kinderbuch, dessen Internationalität noch bis vor kurzem als Einbahnstraße der Importe mit wenigen Exporten gerätet wurde, neue Märkte. Ausschließlich politisch und im Gefolge wirtschaftliche Veränderungen kennzeichnen diesen Wandel. Er macht deutlich, daß die Internationalität der Kinder- und Jugendliteratur in Zukunft noch mehr als bisher über Marktmechanismen und politische Aktionen definiert und daher weitgehend ausschließlich innerhalb dieser Rahmenbedingungen von Kindern und Jugendlichen wahrgenommen, rezipiert und beeinflusst werden kann.

Visionen

Visionen zur Bedeutung des Lesens für Kinder und Jugendliche im europäischen Kulturkreis des 21. Jahrhunderts lassen sich am einprägsamsten in eine negative und eine positive Utopie fassen.

In der negativen Utopie wird lebenslang wirksame und geübte Alphabetisierung nur noch einer kleinen abgeschotteten Elite Europas zuteil. Die übrige Bevölkerung bleibt teilalphabetisiert und konsumiert Multimediale Produkte mit geringem Textanteil ohne Altersspezifika. Kinder- und Jugendliteratur existiert ausschließlich als Gattungsbearbeitung für eine bestimmte Literaturrepoche in klar umgrenzten geographischen Gebieten. Denn weder eine geschützte Lebensphase Kindheit noch nach Lebensaltern strukturierte Literaturofferte oder Rezeptionsgewohnheiten haben sich erhalten. Keine der zukünftig dominierenden Wirtschaftsmächte hat die westliche Tradition der Kinderliteratur weitergeführt. Die Mythen und ästhetischen Formen dieser kurzen Epoche (1780-2015 u. Chr.) leben ausschließlich in – weitgehend digitalisierten – Archiven oder in multikulturell interpretierten Medienadaptionen fort.

Hoffen auf die positive Utopie

Alphabetisierung gilt als Basisqualifikation für das obligatorisch vermittelte Erziehungsziel Medienkompetenz. Kinder lernen im Grundschulalter, welches Medium für welchen Zweck benutzt wird. Schularbeit besteht aus computergesteuertem Fernun-

terricht, aus persönlichen Kontakten mit Lerngruppen und Lehrern, aus Lektüre von digitalisierten Texten und Multimediaangeboten. Teil der Erziehung ist die Lektüre von individuell verfügbaren Büchern. Bücher haben eine neue Wertigkeit erlangt. Sie enthalten Texte und Illustrationen fern von aktueller Information, wiederholbarer Dramaturgie und interaktiver Beeinflussung. Manche gibt es nur in einer bestimmten Stadt,

andere werden als Kulturobjekte von bestimmten Jahrgängen jugendlicher international per Internet als Geheimtipps weitergegeben. Kein Erwachsener, das heißt keine soziale Kontrollinstanz, erhält die Chance der Einnischung. Dem Jugend bleibt als Latenzphase vor dem Lebensalter voller staatsbürgerlicher Verantwortung erhalten, und damit auch die Lust an abweichendem Verhalten, an Experiment und Exklusivität. Bestimmte Botschaften werden ausschließlich über Texte in Büchern vermittelt – zweifellos ein schwierigeres Vergegen als andere Medienangebote und daher nur beschränkt verbreitet. Dafür aber ist Bücherlektüre entlastet von Erziehungsprogrammen, Informationsstransfer und Serienzwang. Bücher kann man wählen, sie gehören – mit allen positiven und negativen Konsequenzen – zur persönlichen Freiheit. Wer wollte auch in Zukunft darauf verzichten? ☐

BESTSELLER-AUTOREN DER KINDERLITERATUR IM 20. JH.

René Goscinny und Albert Uderzo

Sie schufen den Comic Asterix 1959. Gemeinsam schrieben sie 30 Bücher mit einer Gesamtauflage von über 250.000.000 Stück. Sie wurden nicht nur in zahlreiche Sprachen, sondern auch in Dialekte übersetzt.

Hergé

Eigentlich Georges Rémi. Der Belgier schuf mit der Figur Tintin 1929 eine Comicfigur, die weltweit populär wurde. Übersetzt in 45 Sprachen und Dialekte. Gesamtauflage über 160.000.000.

Enid Blyton

Allein von ihren Noddy Büchern verkaufte sie 60.000.000 Stück. Alleine in den 60ern gab es 974 Übersetzungen ihrer Bücher. Sie schrieb rund 700 Bücher mit einer Gesamtauflage von 100.000.000.

Beatrix Potter

Mit der Geschichte des Hasen Peter Rabbit begann 1902 der Siegestzug der Potter Bücher. Bislang wurden rund 50.000.000 Stück verkauft.



Das Gesetz der Badewanne ist obsolet geworden

Selbst am Strand soll man
E-Books lesen können!
Nicht jetzt – aber bald.

FRITZ PANZER

Foto: J&M-Marketing AG 2008

Noch bis vor wenigen Jahren galt das Gesetz der Badewanne: Niemand liest in der Badewanne, am Strand oder am Waldesrand vom Bildschirm. Inzwischen ändern sich soziale Umfeldbedingungen und technische Voraussetzungen. Ob man es will oder nicht: Lesen wird noch weniger als bisher monomedial erfolgen. Schon heute zeigen Studien über das Freizeitverhalten von Jugendlichen, daß ein immer

größer werdender Anteil an Texten von Bildschirmen gelesen – oder heruntergeladen – wird. Das Material, auf dem ein Text oder ein Bild erscheint, ist nebensächlich, wenn Lesbarkeit und Zugriffspraktikabilität stimmen. Die meisten Argumente der Papierriger werden sich in 20 Jahren entibrigt haben – einige davon sind schon 1999 alte Hüte, wie die folgenden Beispiele zeigen.

Die Kraft der Rezeptionsgewohnheit.

Einschlägige Untersuchungen ergeben, daß immer mehr Zeit – nach lesend – am Bildschirm verbracht wird. Eine neue Studie über die Lesegewohnheiten konstatiert, daß die Buchnutzungsdauer zwischen 1987 und 1996 um 9% abgenommen hat – unter den 14 bis 19jährigen sogar um 16% (vergleichsweise veränderte sich die Nutzungsdauer von Fernsehen, Radio und Tageszeitungen kaum)! Ironischerweise haben sich gerade im Buchhandel Nutzungs- und Rezeptionsgewohnheiten radikal geändert: Kaum eine Buchhandlung verrichtet noch auf das VLB auf CD-ROM bzw. die CD-ROM-Datenbanken von Libri und KNO.

Bildschirme als Kopfschmerzverursacher.

Ein Urteil mit Sippenhaftungscharakter. Neue Screen-Technologien ermöglichen flimmerfreie, gestochen scharfe Schriftdriller.

Kontrastveränderungen bei elektronischen Büchern sind selbstverständlich – genauso wie die Vergrößerung des Textes für Sehbehinderte.

Der Laptop als Schlepptop. Die Zeiten, in denen sieben Kilo schwere Toshiba-Laptops Schultergelenke ausgekollt, sind vorbei: Wohlstandstudenten tragen ihren drei Zentimeter dünnen PC in einer schmalen Akzenttasche in die Vorlesungen. Das sogenannte »Rocket eBook« wiegt ganze 600 Gramm. Ein vierwöchiger, in der Praxis bereits erprobter Leseraub in Griechenland erfordert entsorgfähige Auswahl und mindestens sieben Kilo Paperback mit durchschnittlich je 350 Gramm.

Wasser, Sand und fehlende Steckdosen. E-Books brauchen weniger Energie und werden, vertraut man den Designern, einige

Spritzer Wasser und den griechischen Sand aushalten. In einigen Jahren, das ist abzusehen, gibt es die wasserdichte Version mit eingebauten Sonnenkollektoren somit beigegepacktem Infrarot-Handy. Am Waldesrand wird das stimmungsgerechte Gedicht von Rainer Maria Rilke heruntergeladen und – weil das Tageslicht nicht mehr ausreicht – am beleuchteten Bildschirm gelesen. Das mag man romantisch finden oder nicht – praktisch wird es sein.

Eselsohren und Unterstreichungen. Elektronische »Eselsohren«, sogenannte »Bookmarks«, sind inzwischen Gewohnheit und Notwendigkeit. Anmerkungen sind zu jedem Text – dort wo man sie haben will – möglich, bestimmte Stellen können sogar, im Unterschied zur Papierausgabe, mit einem Suchbefehl gefunden und gegebenenfalls kommentiert werden.

Ob Papierdogmatiker und Traditionalisten wollen oder nicht: Der Zug röhrt in eine Medienlandschaft, in der es zwar noch wie vor Büchern und Zeitschriften aus Papier geben wird – nur werden weniger davon gekauft werden. Die Umsätze werden mit elektronischen Büchern, mit DVDs, mit Online-Zeitungen und anderen Datenträgern geteilt werden müssen. Eine Euromonitor-Studie prognostiziert für die kommenden Jahre stagnierende Buchumsätze in den westlichen Industrienationen – ganz bestimmt stagnierend inklusive der Umsätze, die mit elektronischen Büchern erzielt werden. Wenn sich ein weltweit tätiger Medienkonzern, der mit dem Slogan »Alles aus einer Hand« am Medienmarkt auftritt, an der Entwicklung und Distribution elektronischer Bücher maßgeblich beteiligt (Internet-Adresse: www.nuvo-media.com) sollte das zu denken geben. Die Güterstrolcher sind, wie man in Wien sagen würde, auch nicht auf der Nudelstuppe dahergeschwommen. Sie setzen zwar mitunter auf das falsche Pferd, wissen aber in der Regel, was sie tun. Zählt man zwei und zwei zusammen, dann wird schnell klar, was die smarten Bertelsmannen beabsichtigen und mit entsprechender Kapitalausstattung auch verwirklichen werden. Sie haben vor, uneinholbarer Anbieter von Büchern zu bleiben – unabhängig von der Form. Der Zukauf von Verlagen (u.a. Random House, Springer Verlag, Berlin Verlag), die durch den Konzern schlecht abgedeckte Marktsegmente ergänzen, fügt sich nach zu einer Angebotspalette, die tatsächlich jedem Geschmack gerecht werden kann: anspruchsvolle Literatur, Frauenromane, Krimis, Science Fictions, populäres Sachbuch, Fachbücher, Werke aus beinahe allen wissenschaftlichen Disziplinen.

Es entspricht der inneren Logik eines multinationalen Medienunternehmens, daß zu den geeigneten Werken aus den Tochterunternehmen außerdem schon bald Tausende Werke elektronisch angeboten werden, deren Verwertungsrechte frei sind. Der schnelle »BuchServer« von Bertelsmann wird via Internet über kurz oder lang potentieller Lieferant von hunderten Tausenden Werken sein. Die Betreuung, Buchhandlungen als elektronische Tankstellen für Texte einzusetzen zu wollen, ist genauso unrealistisch wie die Variante »Books on Demand« mit der Zwischenstufe Druck, wie sie unter anderem von Libri angeboten wird: Berufungsmittel für den stationären Buchhandel. Ein Statement von Martin Eberhard, dem Mitbegründer von NuvoMedia, bestätigt auch indirekt die Rolle stationärer Sortimente – indem sie einfach nicht vorhanden: »Die strategische und finanzielle Unterstützung, die wir von Bertelsmann Ventures – einem Unternehmensbereich der Bertelsmann AG – erhalten haben, bestätigt erneut unseren Glauben, daß das elektronische Buch- und Vertriebssystem RocketBook das bevorzugte System sowohl für die Verleger als auch für die Leser sein wird.« Vielleicht – wenn die Buchhandlungen mitspielen – wird die Hardware, also das E-Book, im Buchhandel gekauft (derzeit um 800 DM). Danach aber macht das gesamte Projekt nur dann Sinn, wenn von jedem beliebigen Ort aus »getankt« werden kann – selbstverständlich nicht kostenlos. Voraussetzung wird die Zugangsberechtigung (Erkennungs-Code) und das E-Book sein, das zugleich als Decoder fungiert. Ein Prinzip, das dem der Pay-TV-Sender wie Premiere gleicht. Gesucht werden Abonnenten und Abnehmer: Buchhandlungen könnten die Rolle von Keilern übernehmen, die ihre Provision erhalten. Vorstellbar ist auch eine Variante mit Kreditkarten ohne Abonnementgebühr, die beim Buchhändler (oder wiederum direkt) ausgegeben werden können.

Middelhoff: ein Ernst Rowohlt des 21. Jahrhunderts?

Thomas Middelhoff wird der Ernst Rowohlt des beginnenden 21. Jahrhunderts sein: Zwar wird er keine Salti schlagen und kein persönliches Risiko tragen, aber er wird Repräsentant für eine Erscheinungsform des »Buches« sein, die genau wie seinerzeit die

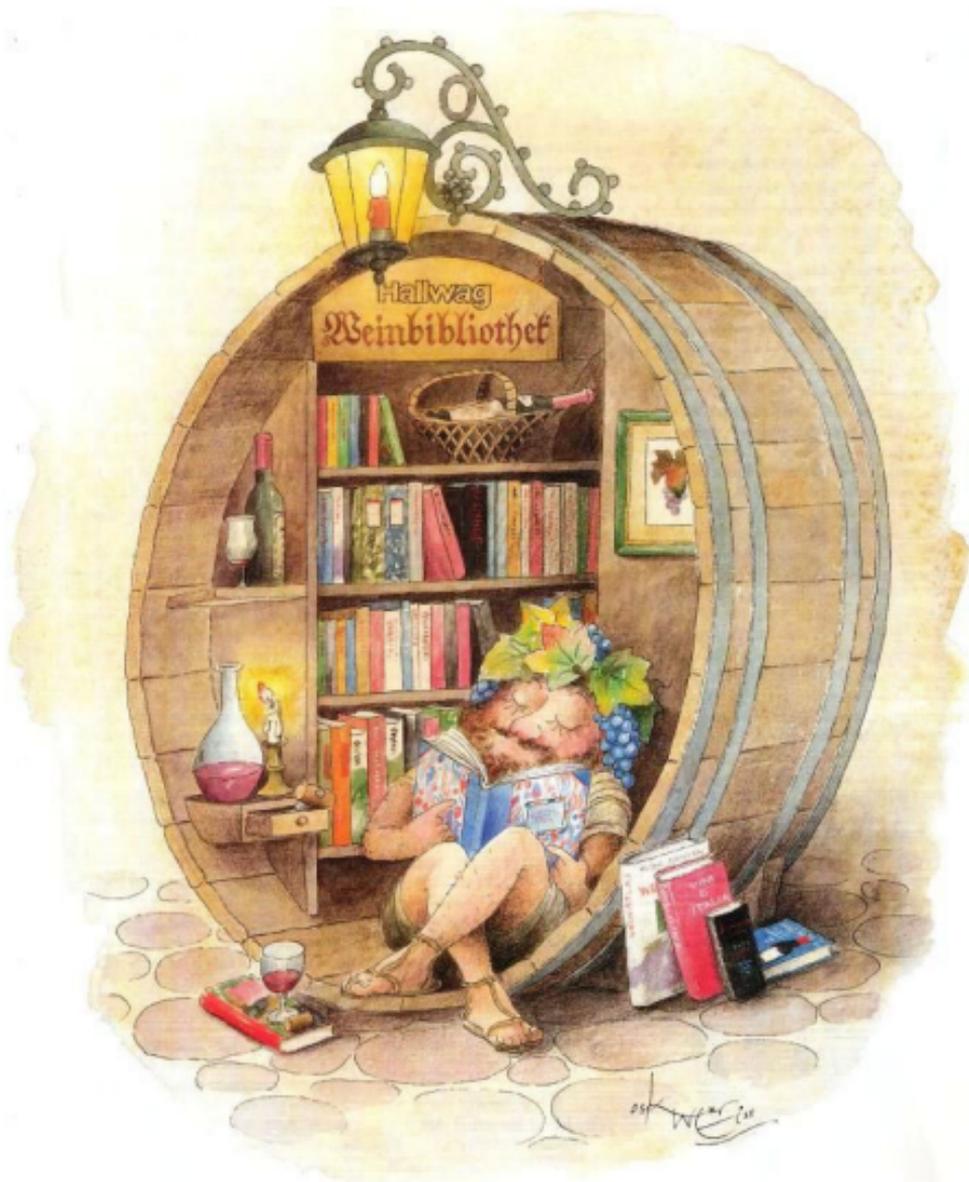
Einführung des Taschenbuchs von erhabenen Bewahrern der abendländischen Kultur verdankt wird. Schon aufgrund der schier unermesslichen Kapitalkraft, der Marktmacht und der Menge an verfügbaren Rechten im Unternehmen muß Bertelsmann diese neue Verwertungsschiene einziehen. Wie der Verleger Rowohlt Anfang der 50er Jahre eine neue Buchform durchgesetzt hat, wird fünfzig Jahre später ein deutscher Medienkonzern in Allianz mit einem amerikanischen Buchhandelsriesen federführend eine Form der Distribution von literarischen und anderen Inhalten durchsetzen, die zunächst neben Taschenbüchern, Hardcovern, Buchklubausgaben ihren Platz finden wird. Gelesen – und gekauft – wird deshalb nicht mehr werden. Ein Teil der LeserInnen wird ihre Bibliothek nicht in ihrer Wohnung aufbewahren, auch nicht am elektronischen Buch, sondern am Server. Der gelesene Text, einmal gekauft, ist immer wieder und von jedem Ort aus abrufbar. Eine Vorstellung, die zwar gewöhnungsbedürftig, nicht aber ohne Reiz ist. Wie damals wird heute die Form, in der Bücher erscheinen, aber bewertet. Der Inhalt von Werken hatte damals und hat heute Priorität. Die Form, in der das Werk erscheint, ist eine Frage der Entscheidung der Konsumenten und abhängig von Preis, Erhältlichkeit, Rezeptionsgewohnheit und praktischem (Mehr-)Wert.

Im Lizenzgeschäft entsteht neuerlich eine Vermarktungs-Variante. Neben Klubausgaben, Taschenbuchrechten, Hörbüchern und anderen sind parallel Lizenzen für E-Books zu vergeben: an die selbstverständlich internationalen Anbieter, von denen die bekanntesten schon kräftig in den Startlöchern scharren: »Rocket eBooks« (www.nuvo-media.com), »SoftBook« (www.softbook.com) und »Everybook« (www.everybook.com).

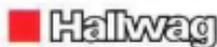
Von Vorteil wird diese Variante des Bezugs für jene Personen sein, die in einem Sprachraum leben und in anderen Sprachen lesen wollen. Weitere Zielgruppen sind Personen, die viel reisen (und lesen), sowie BenutzerrInnen, die sich lieber von zu Hause aus mit (Lese-)Stoff versorgen. Überzogene Preisgestaltung beim Verkauf von fremdsprachigen Titeln, insbesondere von Neuerscheinungen, wird zumindest schwächer werden. Das Angebot aber wird wesentlich erweitert und die Besorgungsdauer de facto auf einige Minuten reduziert. □



Noch sind sie im Einheitsgrau – die neuen E-Books



Bücher für Kenner und Genießer


www.hallwag.ch

Ein Europa des Wissens

Initiativen, Strategien und Visionen für einen gemeinsamen Markt

HEINRICH BADURA



Foto: D. Böhmert

Initialphase und ihre direkten Maßnahmen

Die ersten Ansätze maßgeblicher europäischer Initiativen – betreffend Buch und Lesen – gehen auf die 80er Jahre zurück. Sie spiegeln die bestehenden infrastrukturellen, rechtlichen, technologischen Defizite auf dem gesamten Buchsektor wider und verknüpfen damit entsprechende Förderungsmaßnahmen. Inhaltlich münden alle in die Erschließung zur Förderung des Buches und des Lesens in Europa¹ ein. Die Zielrichtung wird hier klar vorgegeben: »Gemeinschaftsaktionen in den Bereichen Kultur und Bildung u. a. sollten auf die Bekämpfung des Analphabetismus und die Förderung des Lesens ausgerichtet sein, daher auch der Zugang zu Büchern im allgemeinen erleichtert werden, allerdings auch im sprachli-

chen, sozialen, wirtschaftlichen und technischen Sinn (...).«

Es wird ausdrücklich betont, »daß die Zweckmäßigkeit der Gemeinschaftspolitik bezüglich des Buches und des Lesens von einem pragmatischen und konkreten Vorgehen abhängt, das eine aktive Beteiligung der interessierten Kreise im Buch-, Verlags- und Bibliothekswesen erfordert.«

Der Stellenwert der Kultur im Bereich europäischer Forschungs- und Entwicklungs (F&E)-Programme war, besonders was das Buch und Lesen betrifft, gewiß nicht befriedigend wenn auch auf dem Bibliotheksektor die letzten zehn Jahre als durchaus »fruchtbar« bezeichnet werden können. Wohlgerichtet hatten die in diesem Zeitraum durchgeführten Aktionen und verwirklichten Projekte vor allem einen infrastrukturellen,

technologisch-telematisch orientierten Ansatz.

Es geht weiter

Während anfangs vorwiegend naturwissenschaftliche bzw. ökonomische Projekte gefördert wurden, wendet sich die Interessenlage europäischer Politik der 90er Jahre zunehmend gesellschaftlichen, inhaltlichen Aspekten zu, die – für den europäischen Integrationsprozeß und das Entstehen einer sozial gerechten, menschenfreundlichen und trotzdem wettbewerbsfähigen europäischen Informationsgesellschaft – von substanzieller Bedeutung sind. Die wachsende Erkenntnis, dass Integration, positive Arbeitsmarktentwicklung und Wettbewerb nicht nur durch reine »Materialinvestitionen« zu erreichen und zu sichern sind, wandelte sich zu einem politischen Basisprinzip, dem – mittlerweile in allen einschlägigen Dokumenten der Kommission, des Rates bzw. des Parlamentes – begegnet werden kann. In einer nahezu bekehrungswürdigen Passage der Mitteilung der Kommission an den Rat, das Europäische Parlament, den Wirtschafts- und Sozialausschuß und den Ausschuß der Regionen »Für ein Europa des Wissens«² ist zu lesen: »Die wirtschaftliche Wettbewerbsfähigkeit, ebenso wie der Arbeitsmarkt, sowie die Möglichkeiten des europäischen Bürgers zur Entfaltung seiner Persönlichkeit beruhen nicht allein auf der Erzeugung materieller Güter und werden immer weniger darauf beruhen. Unser wirklicher Reichtum ist nunmehr eng an die Erzeugung und Verbreitung von Wissen gebunden und hängt hauptsächlich von unseren Anstrengungen in den Bereichen Forschung, allgemeine und berufliche Bildung ab, ebenso wie von unserer Fähigkeit, Innovationen zu fördern. Es ist daher unsere Aufgabe, ein wirkliches »Europa des Wissens« entstehen zu lassen.« So soll der Zielsetzung der Union in diesem Bereich Rechnung getragen werden, »... die Entwicklung

des höchsten Wissensniveaus für ihre Bürger durch leichten Zugang zur Bildung und ihrer ständigen Aktualisierung zu fördern.

Im »Weißbuch zur allgemeinen und beruflichen Bildung Lehren und Lernen – auf dem Weg zur kognitiven Gesellschaft« ist die eigentliche Plattform für diese und weiterführende Erkenntnisse gelegt worden. Die dort definierte Sicht ist klar und überzeugend. Angesichts der großen aktuellen Umwälzungen mit den Namen Informationsgesellschaft, Globalisierung und wissenschaftlich-technische Zivilisation nimmt die Bedeutung des Bildungsbedarfes enorm zu. Die strukturell stets besser werdende Zugänglichkeit zur Information und zum Wissen bedeutet weder subjektiv automatische Wissensaufnahme noch Steigerung diversiver individueller Kompetenzen.

Gerade weil es unumstritten scheint, daß »die Gesellschaft der Zukunft eine kognitive Gesellschaft sein wird«, sind die Bildungssysteme und die mit ihnen kooperierenden Partner besonders herausgefordert.

Will man in dieser Zeit als Individuum aber auch als Glied, Teilnehmer und Mitgestalter multidimensionaler gesellschaftlicher Konfigurationen bestehen, sind Maßnahmen notwendig, die vor allem auf eine ausgewogene Kombination aus Allgemein- und Berufsbildung abzielen und eine möglichst ganzheitliche kritische Auseinandersetzung rund um die sozioökonomische Position und kulturelle Rolle des Menschen zum Gegenstand haben. Die Grundausbildung nimmt dabei eine unzugängliche und unverzichtbare grundbefähigende Rolle ein. Wenn sich die Menschen in stets komplexer werdenden existenziellen Konstellationen selbst (-behaupten) sollen, so müssen sie rechtzeitig lernen, »die Bedeutung der Dinge zu erfassen«, ihr »Verstehensvermögen« zu sensibilisieren, historisch zu untermauern, zu erweitern und zu vertiefen, ihre Kreativität mittels adäquater Innovationspädagogik zu unterstützen und auszubauen, ihr Urteils- und Entscheidungsvermögen zu fördern, zu schärfen und zu helfen, es ganzheitlich zu verankern. Eine »machtvolle Renaissance der Allgemeinbildung« ist angesagt, eine rein »mathematische Bildung« ist »für die richtige Ausübung der Demokratie« unzureichend. Eine dynamische Symbiose aus Grundwissen, Fachwissen und sozialen Kompetenzen ist als absolute Notwendigkeit einer befriedigenden Teilhabe am Sein und Werden der Informationsgesellschaft zu sehen. Daß die drei allgemein bekannten Kultur-

techniken Lesen, Schreiben und Rechnen jeden Einstieg in diesen dreidimensionalen sozioökonomischen Partizipationsprozeß fundamental bedingen, liegt in der Natur der Sache und soll als per se selbstverständliche Axiome betrachtet werden.

Im Aktionsplan für eine europäische Initiative in der Schulbildung (1996-1998)», »Lernen in der Informationsgesellschaft«, wird auf den Schwerpunkt »Lesen nicht direkt Bezogenommen«. Man begnügt sich in der Einleitung mit dem Hinweis: »Das Entstehen der Informationsgesellschaft stellt einen jeden vor die Aufgabe, seine Kenntnisse permanent zu erweitern, und dies von frühester Kindheit bis ins Alter...« Doch präsentiert sich die Gemeinschaft in der Schullaufbahn dieses Papiers als Mitverantwortliche dafür, »daß alle Schulen, Hochschulen und Bibliotheken am Beginn des dritten Jahrtausends an die Netze des Wissens angeschlossen sind, damit die Gesamtheit der jungen Europäer den maximalen Nutzen aus der multimedialen Revolution ziehen kann.«

Man wird sich vielleicht fragen, ist denn

Die Menschen müssen rechtzeitig lernen, die Bedeutung der Dinge zu erfassen

die Angabe dieser Entwicklungsschritte für die Themensetzung »Lesen in den Basisdokumenten der EU« erforderlich! Die Antwort ist relativ einfach. Eine nach Möglichkeit verständliche Darstellung der politischen Bedeutung des Phänomens »Buch und Lesen« kann nur unter Berücksichtigung der Veränderungen im kultur- und bildungspolitischen Bereich Bereich im weiteren wie im schulorganisatorischen im engeren Sinne erfolgen. Diese wiederum sind – was sie immer schon waren – Spiegelbilder der Gesellschaft und ihrer Wandlungsformen.

Das Problembewußtsein des Europäischen Parlaments

Auf eine zentrale Rolle der Bibliotheken im Bereich Buch und Lesen geht auch der Bericht des Europäischen Parlaments über die Rolle der Bibliotheken in der modernen Gesellschaft ein. Er bringt das Bewußtsein zum Ausdruck, daß die Bibliotheken einen höchst politischen Stellenwert in der Informationsgesellschaft haben. Mit den Schulen vergleichbar, verkörpern sie ein »allen

Bürgern nahes Informations- und Kulturvermittlungsnetz, dessen eine Hauptaufgabe darin besteht, das für eine aktive Unionsbürgerschaft notwendige Grundwissen jedem, unabhängig von Wohnort, Bildungsstand und sozialer Stellung, zugänglich zu machen und... so zum Aufbau einer demokratischen, offenen und transparenten Informationsgesellschaft beizutragen«. Sie sind »neben anderen Kultureinrichtungen, Schulen und Medien an der Kette beteiligt, die die Nahrung für die Bewegung des menschlichen Geistes bietet.« Die Erleichterung des Zugangs zu Informationen und Verbesserung ihrer Nutzung nehmen an Bedeutung ständig zu. Diese und weitere Funktionen nehmen die Bibliotheken wahr innerhalb sämtlicher Bildungs- und Weiterbildungsprozesse, herausragenderweise in bezug auf das lebenslange Lernen.

Was das Lesen an sich betrifft, so ist die Rolle der Bibliotheken noch grundlegender zu sehen. Mit Nachdruck wird hier darauf hingewiesen, daß die Bibliotheken einen besonderen Beitrag zur Festigung der Lesefertigkeit bei Kindern und zu dem kulturellen Angebot für sie sowie zur Aufrechterhaltung eines allgemeinen Niveaus an Lesefertigkeit zu leisten haben, und daß auch in diesem Aufgabebereich neue Herausforderungen bestehen, da es die Lesefertigkeit der gesamten Bevölkerung zur Medienlesefertigkeit auszuweiten gilt. Das bedeutet: »In den Bibliotheken können und sollten alle Medien vorhanden sein, die zu nutzen dort sinnvoll ist. Das aus der Musik kommende Erlebnis ist gleichwertig mit dem Leseerlebnis, die Information aus dem Video ebenso gut wie das Gelesene«. Zwischen den alten und den neuen Medien besteht auch kein Eliminierungs-, sondern ein Komplementärverhältnis. »Dennoch wird in den Allgemein- und Schulfachbibliotheken besonderer Wert auf die Lesefertigkeit und die Literatur gelegt. Eine umfassende Wahrnehmung der Rolle als Bürger und die Beteiligung am modernen gesellschaftlichen Umfeld setzen Lesefertigkeiten und eine gute Sprachbeherrschung voraus. Die Bibliotheken bieten besonders den Kindern die Möglichkeit, die Lesefertigkeiten zu festigen, und den Erwachsenen Anregungen, diese Fertigkeit zu vertiefen. Das Wissen aus Informationsnetzen wiederum fördert von den Bürgern eine neue Art des Lesens, in der das medienkritische Herangehen einen zentralen Platz einnimmt. In der englischen Sprache wird bildlich vom Übergang von

der 'literacy' zur 'medacy' gesprochen. Die Bibliothek kann durch das Angebot von freien Internet-Zugängen die Fertigkeit der Bürger im Umgang mit dem Netz ansehnlich erhöhen.

Eine aktive Teilnahme am Prozeß der »Erfahrung der Lebensfähigkeit der eigenen Sprache, Literatur und Kunst« in Zusammenarbeit mit »Museen, Archiven und anderen Bereichen und Vertretern des Kulturlebens, wie Schriftstellern«, gehört eben-

falls zum Aufgabenkatalog der Bibliotheken im Informationszeitalter und läßt den pädagogischen Lesen-Lernen-Auftrag dieser zentralen Kulturinstitutionen im erweiterten, adaptierten Licht erscheinen.

Im bekannten Bericht des Europäischen Parlaments über Informationsgesellschaft,



KULTUR 2000 – 5. RAHMENPROGRAMM FÜR FORSCHUNG UND ENTWICKLUNG – AGENDA 2000

Im Jahre 1997 wird seitens des Europäischen Parlaments und des Rates vom 6. Oktober 1997 (L 291/26 v. 24.10.97) das Förderprogramm im Bereich Buch und Lesen einschließlich der Übersetzung »Ariane« beschlossen. Als erster Grund für diese Maßnahme wird die unumstritten aktuelle Bedeutung des Buches und der Lektüre genannt. Der Text lautet: »Im Zeitalter der Informationsgesellschaft stellen das Buch und die Lektüre nach wie vor eines der besten Instrumente der Wissensverbreitung dar; der Komplementarität von Buch und audiovisueller Technologie sowie Medienbereich muß Rechnung getragen werden«. Auch wenn mit diesem Programm die Verbreitung und der allgemeine Zugang zur Literatur und Geschichte, Kunst- und Kulturobjekten verbessert, die Übersetzung namhafter kulturrelevanter Werke gefördert, Kooperationsprojekte zwischen Autoren, Übersetzern, Bibliotheken, Verlagen und Buchhandlungen initiiert werden sollen, wird die Kulturtechnik Lesen – nachdem sie keine gesonderte Erwähnung findet – als selbstverständlich gegeben angesehen. Auch die veränderte Fassung dieses Beschlusses vom 22. Februar 1999 enthält – außer der einjährigen Verlängerungs- und der damit verknüpften Budgetklausel keine inhaltlichen Erweiterungen.

Der aktuelle Vorschlag für ein Erstes Rahmenprogramm der Europäischen Gemeinschaft zur Kulturförderung (2000-2004) versteht sich als »Orientierungsrahmen« und zukunftsorientiertes, straffes – den veränderten wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Erfordernissen Rechnung tragendes – Kompensum der bisherigen drei Programme zur Förderung der kulturellen Zusammenarbeit auf dem Gebiet des künstlerischen Schaffens (Kaleidoskop), der Literatur (Ariane), des kulturellen Erbes (Raphaël) und der vorliegenden, teils unbefriedigenden Evaluierungsergebnisse dieser Maßnahmen. Der Stellenwert der Kultur in der Informationsgesellschaft ist absolut

vorrangig: »Die neuen Informations- und Kommunikationstechnologien bringen neue Realitäten und neue Kulturräume (Cyberkultur) mit sich und bieten beträchtliche Möglichkeiten für das gegenseitige Kennenlernen, den kulturellen Dialog, die Verbreitung von Gedankengut und die Information über das Kulturschaffen. Hervorzuheben ist, daß Kulturgüter und kulturelle Dienstleistungen einen eigenen Wert haben und die Technologie im Dienste der kulturellen Ziele steht, zu denen die Verbreitung der Kultur sowie die Achtung der kulturellen und sprachlichen Vielfalt gehören.« Die dafür grundlegenden Erkenntnisse finden hier eine prägnante Umschreibung:

- Kultur ist ein zentrales Anliegen der Integration.
- Kultur erweist sich »mehr und mehr als Triebkraft der Gesellschaft, als Quelle für Vitalität, Dynamik und gesellschaftliche Entwicklung. Aus dieser Sicht muß dem kulturellen Schaffen, das die Hauptdimension jeglicher kulturellen Tätigkeit ist, vorrangige Aufmerksamkeit gewidmet werden«.
- »Kulturgüter und kulturelle Dienstleistungen sind nicht mit den anderen Gütern oder Dienstleistungen zu vergleichen«. Sie sind auch mit den üblichen »Marktmechanismen« unvergleichbar.

Die erste Aufforderung zur Einreichung von Projektanträgen im Bereich dieses Rahmenprogramms fand im Amtsblatt der Europäischen Gemeinschaften am 10. Juni 1999 (C 163/3) statt. Die hier formulierten Ziele und Aktionen sind folgerichtig als Realisierungsschritte dieses Programms zu sehen. Zwei Zielsetzungen sind aufgrund ihrer Inhaltsbezogenheit hier besonders zitierungswürdig:

- Innerhalb und neben den traditionellen Kultusparten (z.B. Musik, darstellende Kunst, bildende und

Kultur und Bildung, nach der Berichterstatterin kurz Moega-Bericht genannt, ist die anspruchsvolle Erkenntnis zu lesen, »... daß für den Einsatz der neuen Informations- und Kommunikationstechnik zu Bildungszwecken ein umfassendes Potential besteht – Bekämpfung der Probleme Alphabetismus und Leistungsschwächen, Ausbau des offenen Unterrichts und des Fernunterrichts, Erwachsenenbildung, Vernetzung von Schulen und Fremdsprachener-

- visuelle Kunst, Fotografie, Architektur, Literatur, Buch und Lesen, kulturelles Erbe einschließlich Kulturlandschaften und Kultur für Kinder) Förderung der Herausbildung und Entfaltung neuer kultureller Ausdrucksformen.
- Forderung von Projekten zur Erleichterung des Zugangs zum Buch und zum Lesen sowie zur Aus- und Fortbildung der in diesem Bereich tätigen Fachkräfte.

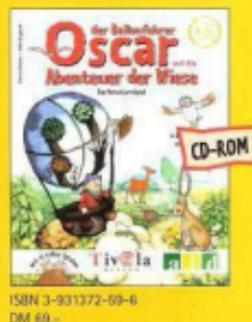
Buch und Lesen zählen bei dieser Ausschreibung zur Reihe der vorrangig zu behandelnden Maßnahmen.

Als synchrone – wenn auch inhaltsmäßig umfassendere – Maßnahme ist der einschlägige Standpunkt des 5. Rahmenprogramms für Forschung und technologische Entwicklung der EU (1998-2002) zu sehen. Besondere Aufmerksamkeit gilt hier dem dritten thematischen Programm: Technologien der Informationsgesellschaft, besonders

- der Leitaktion (LA) 3: Multimedia – Inhalte und Werkzeuge und
- dem vierten Programm mit dem Titel: Energie, Umwelt und nachhaltige Entwicklung.
- der Leitaktion (LA) 4: Die Stadt von morgen und kulturelles Erbe.

Auch wenn die Interessen der Endnutzer, d.h. die der Bürger Europas, das Hauptanliegen auch dieses Programms sind, selbst wenn die Hebung des Lebensstandards unverkennbar ist, geben die strategischen Maßnahmen dieses Dokuments entscheidend in Richtung Förderung einschlägiger Formen der Technologieentwicklung und -anwendung, was letztlich – wenn man den Titel dieses Programms betrachtet – auch durchaus verständlich scheint. Troisdem: Das Schwerpunkt Kultur kommt dabei inhaltlich auch an dieser Stelle eine substantielle Rolle zu.

CD-ROMs und jetzt auch Bücher von Tivola



Neue Abenteuer warten auf Max, die er erstmals auch in Buchform bestehen muss. In den neuen CD-ROM SpielGeschichten trifft Max auf echte Piraten und landet sogar auf dem Mond. Für alle Fans gibt es Max jetzt auch als Plüschtier. Größe: 30 cm / DM 39,90, Artikel Nr. 472 020-5 12 cm / DM 14,80, Artikel Nr. 472 010-6 Max ist waschbar und an- und ausziehbar.

Oscars spannende Entdeckungsreisen gibt es jetzt zum Spielen und zum Lesen. In seinem neuen Abenteuer auf CD-ROM stellt Oscar den Tieren auf der Wiese viele spannende Fragen. In den SachBuch Geschichten erfährt Oscar von jeweils einem Tier, wie es lebt, was es mag und was es gar nicht mag. Ordern Sie jetzt bei der Middelhaue Verlags GmbH Vertrieb: Fon 0 89 - 41 94 02-17

Max als
Plüschtier!



Tivola
BERLIN • LONDON

Tivola Verlag GmbH • Bouchestraße 12 • D-12435 Berlin
Fon: 0 30 - 53 63 58-0 • Fax: 0 30 - 53 63 58-11
e-mail: mail@tivola.de • http://www.tivola.de

Auf der Buchmesse begrüßen
wir Sie gerne in Halle 4.0 C
Stand 1109



weh». Großer Wert kommt in diesem Papier auch der Fähigkeit eines sozial gerechten und kritischen Umgangs mit der Implementierung der Informations- und Kommunikationstechnologischen Maßnahmen zu. Das Parlament spricht hier die Forderung an die Mitgliedstaaten und die zuständigen Behörden aus, «... soziale Ungleichheiten dadurch zu vermeiden, daß sie die Problemgebiete erkennen und dementsprechend den bedürftigen Schulen in städtischen oder ländlichen Gebieten Ressourcen zuweisen». Die Kommission wird angehalten, ein «Grünbuch über die Rolle der Bibliotheken

Der Unterricht über neue Informationstechnologien erfordert einschlägige Professionalität

in der Informationsgesellschaft» vorzulegen und dadurch eine Debatte über Themen wie Urheberrechte, Förderung des Lesens und des Buches, Zugang der Öffentlichkeit zu elektronischer Information, Rechte zum öffentlichen Verleih und Ausbildungsbedarf bei Bibliothekaren in Gang zu bringen». Es bringt eindeutig die Auffassung zum Ausdruck, daß die Bibliotheken und die Schulen »eine entscheidende Funktion« in diesem Prozeß einnehmen. »Die Informationsgesellschaft hängt in der Schule an! Erfolg bzw. Misserfolg der Informationsgesellschaft hängen unmittelbar davon ab, wieviel Aufmerksamkeit für Probleme der allgemeinen und beruflichen Bildung aufgewandt wird.« Der einschlägige Unterricht erfordert einschlägige Professionalität. Das Parlament legt Wert darauf zu betonen, »daß die Einführung der neuen Technologien im Klassenzimmer planvoll anhand von Lernzielen, statt von der Technologieeise her bestimmt, vollzogen wird, wobei gebührend auf die wesentliche Rolle des Lehrers, die sozialen Aspekte, die Lehrpläne und die didaktischen Methoden zu achten ist«. Was den Ausbildungsstandard der Lehrkräfte betrifft, besteht deshalb das Ziel nicht nur darin, ihnen »... Computerfertigkeiten zu vermitteln, sondern auch sie dahin zu führen, daß sie die interaktiven

Multimedia-Mittel besser in die herkömmlichen Ressourcen der auf menschliche Interaktion ausgerichteten Lehr- und Lernsysteme integrieren. Die Lehrkräfte sollten nicht ihre bisherige Rolle der Inhaber des Wissens einbüßen; statt dessen sollten ihnen die neuen Technologien helfen, sich in eine zusätzliche Rolle zu finden: dem einzelnen Lernenden vermitteln, wie er die ihm angebotenen Daten begreifen und nutzen soll. Parallel dazu ist es wichtig, daß sich bei Lehrenden und Lernenden Kritikfähigkeit entwickelt, damit eine sinnvolle Auswertung der Masse an Informationen und technischen Mitteln möglich wird.

Es ist für das Europäische Parlament selbstverständlich, daß die Erfüllung einer derart zentralen – in der Perspektive der Informationsgesellschaft – unverzichtbaren, nicht delegierbaren Aufgabenstellung dieser Institutionen angemessener politischer, finanzieller, rechtlicher und berufswweiterbildender Maßnahmen bedarf, die es – mit Hilfe der Gemeinschaft und in enger Kooperation mit den einzelnen Mitgliedsländern – auch umgehend zu ergreifen gilt.

Der appellative Auftrag des Europäischen Parlaments an die Europäische Union läßt im Bericht über die Entwicklung und Anwendung neuer Informations- und Kommunikationstechnologien (IKT) im nächsten Jahrzehnt keine Verständigungsprobleme zu: Sie »... ist gut beraten, wenn sie die großen Umwälzungen, die die Digitalisierung für unsere Gesellschaft mit sich

bringt, auch kommunikativ gut begleitet. Information ist erforderlich, um in Verbindung mit den neuen IKT-Systemen und IKT-Produkten außer für eine nötige Grundlage auch für die nötigen Emotionen bei den Bürgern der EU zu sorgen. Ohne Emotionen sind auch IKT-Systeme tote Objekte,

Das Wissen aus Info-Netzen erfordert eine neue Art des Lesens

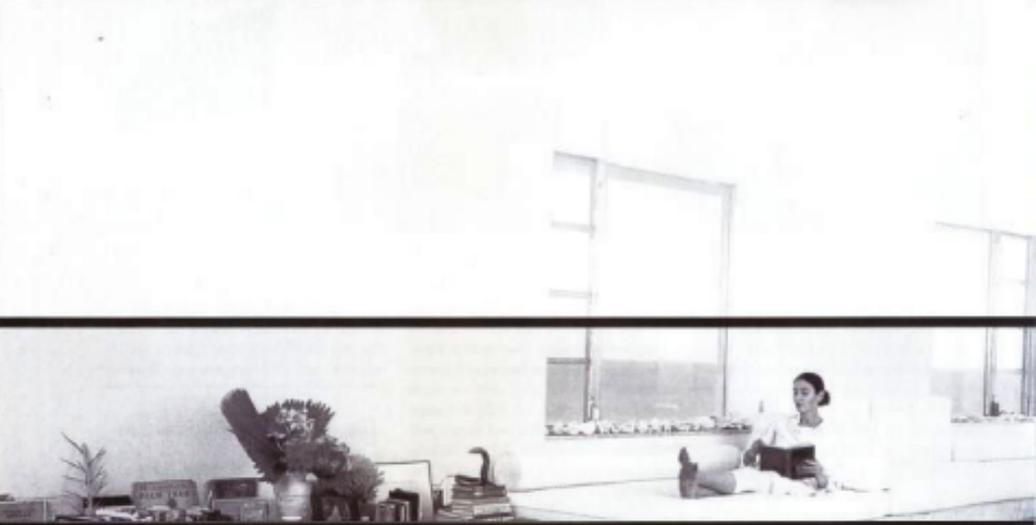
ohne System führen Emotionen bei den Menschen zum Chaos. Es ist eine Herausforderung, beides miteinander zu verbinden.« Die allergrößte Herausforderung sollte jedoch in der Formulierung von Ausgangspunkten bestehen, die für die künftige Europäische Union gelten. Diese Ausgangspunkte sollten nicht nur auf Wirtschaftswachstum basieren, sondern auch auf erstrebenswerten ökologischen und gesellschaftlichen Zielen. Das Wachstum sollte nicht nur quantitativ, sondern auch qualitativ Charakter haben. Geistiges Kapital sollte und wird viel wichtiger werden als Geld«. Das erinnert an eine »verwandte« Aussage von M. Heidegger: »... das Wesen der Technik ist nicht ident mit der Technik selbst, es ist vielmehr etwas ganz und gar nicht Technisches ...«.

DAS PROJEKT »DERAL« – DIE UNIVERSITÄTEN ZIEHEN AUF LAND

Noch immer hat man am Land das Nachsehen vor dem städtischen Bildungsangebot. Das Projekt DERAL (Distance Education in Rural Areas via Libraries) möchte dieses Ungleichgewicht ein wenig zu Gunsten der Landbevölkerung verschieben. Zielgruppe sind vor allem arbeitslose, ältere und behinderte Menschen, die keine normale Universität oder eine Pädagogische Hochschule besuchen können. Öffentliche Bibliotheken könnten das einen wichtigen Part übernehmen. Die Kurse und Lehrveranstaltungen bostieren auf Fernkursen und werden über die öffentlichen Bibliotheken angeboten.

Der DERAL Gruppe kommt in den fünf Ländern mit ganz unterschiedlichen Bedingungen deshalb die Aufgabe zu, Möglichkeiten zu erforschen, wie man diesen Mißstand in den Griff bekommt. Doch alles braucht Zeit.

Beslang konnte einmal festgestellt werden, welche Vorstellungen die Menschen von solchen Kursen haben. Die Kurse für die Bibliothekare sind noch in der Probephase. Das konkrete Ergebnis des Projektes soll eine Art Leitfaden für öffentliche Bibliotheken in ganz Europa sein, der Hilfestellung für Bibliotheksutzer bietet, die an der Fernausbildung teilnehmen wollen. Daneben sollen Richtlinien entwickelt werden, wie man eine effiziente internationale multimediale Infrastruktur auf die Beine stellen kann. T. H.



Leseverhalten im Wandel der Zeit HARGIT BÖCK

Der rasante mediale Wandel der letzten Jahre führte einerseits dazu, daß sich die düsteren Prognosen über die Zukunft des Lesens mehrtens. Die wachsende Sorge um diese Kulturtechnik und um das von den audiovisuellen Medien zunehmend als bedrohte gelesene Buch hat aber andererseits auch eine positive Seite, nämlich ein steigendes Interesse am Lesen, an der Förderung des Lesens und auch an dessen Erforschung. Ein zentrales Ziel der Leseforschung ist dementsprechend auch die Beantwortung der Frage, inwieweit das Lesen und das Buch nun wirklich in einem Verdrängungswettbewerb mit anderen, speziell den neuen Medien stehen und wie sich ihre Zukunft gestalten wird bzw. können wird.

Die grundlegende Fragestellung: Worum geht es bei diesem so allgemeinen – und selbstverständlichen – Begriff »Lesen« eigentlich. Die Crux dabei liegt eben gerade in der Selbstverständlichkeit des Lesens in unserer hochentwickelten, multimedialen Gesellschaft.

»Wie viele Bücher haben Sie in den letzten zwölf Monaten gelesen?«

An dieser klassischen Fragestellung zeigen sich die Abgrenzungsprobleme von zentralen Dimensionen der Leseforschung recht anschaulich: Was ist unter »gelesen« zu verstehen? Zählen das Blättern in einem Buch, das Nachschlagen, das Anlesen einzelner Stellen auch dazu? Und was ist alles ein »Buch«? Gehören das Kochbuch, der Bauemkalender oder das Telefonbuch hier auch dazu? Geht es um das allgemein verbreitete

Verständnis von Buchlesen als »Lesen von Geschichten aller Art« (Eggert/Garbe), also um die Lektüre von mehr oder weniger anspruchsvoller Belletristik oder Unterhaltungsliteratur, oder sind Fach- und Sachbücher ebenso zu berücksichtigen?

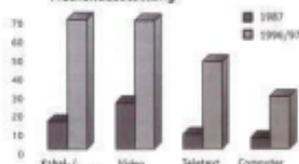
Anders als in der Medienforschung fehlen verbindliche Kennzahlen, so daß fast jede Untersuchung neu definiert, was unter »(Buch-)Lesen« zu verstehen ist. Damit weichen die Ergebnisse unterschiedlicher Studien zum Teil relativ stark voneinander ab, bzw. sind nur selten uneingeschränkt miteinander vergleichbar. In diesem Problem ist wohl auch einer der Gründe dafür zu suchen, daß »harte«, empirisch gestützte Aussagen über die Entwicklung des Buchlesens schwierig und dementsprechend rar sind. Abgesehen davon wird in die Erforschung des (Buch-)Lesens unvergleichlich weniger investiert als in die Analyse der Nutzung des Fernsehens oder der neuen Technologien, so daß deutliche Defizite in der Grundlagenforschung bestehen. Offensichtlich war ein gewisses Ausmaß an Beurlaubung notwendig, um – wie z. B. zur Zeit in Deutschland – umfassende Forschungsprogramme zu unterstützen.

Das Buch in der Medienvielfalt

Um die Frage nach einer Stellenwertveränderung des Buches zu beantworten, wurde 1996/97 vom Institut für Publizistik und Kommunikationswissenschaft der Univer-

sität Wien eine Repräsentativbefragung von 2.000 Personen ab 14 Jahren durchgeführt, die in wesentlichen Bereichen auf einer Studie aus 1987 aufbaut. Beide Befragungen sind Momentaufnahmen bedeutender Umbuchphasen der Medienlandschaft: Die Ersterhebung gibt Auskunft über den Stellenwert des Buches noch vor der breiten Durchsetzung des erweiterten Programmangebots des Fernsehens und des Computers. Wo das Buch in einer »Multimedia-Gesellschaft« – allerdings noch vor einer stärkeren Verbreitung des privaten Netz Zugangs – steht, untersucht die aktuelle Studie. Hatten 1987 z. B. nur 15% der Haushalte Kabelfernsehen, so können 1996/97 bereits 70% der Befragten aus einem Programmangebot von 20 und mehr Sendern auswählen. Mehr als vervielfacht hat sich im Vergleichszeitraum der Computerbesitz. Der mit 4% recht niedrige Anteil der Haushalte mit Internetzugang hat sich im Zuge einer deutlichen Gebührenerhöhung mittlerweile verdreifacht.

Starke Veränderungen in der Medienausstattung



Stellt man die Nutzungshäufigkeit der aktuellen Medien der des Buches gegenüber, so nutzen 1996/97 90% zumindest drei- bis viermal pro Woche Radio und Fernsehen und knapp 80% die Tageszeitung. Nur 27% lesen hingegen zumindest mehrmals wöchentlich Bücher, insgesamt tun dies 42% mindestens ein- bis zweimal pro Woche. So gut wie niemand gibt an, nie/ Radio zu hören oder fernzusehen, 9% lesen „nie“ Zeitung. Der Anteil der Nicht-BuchleserInnen ist mit 33% vergleichsweise hoch. Die Lesehäufigkeit der Deutschen weicht von der der ÖsterreicherInnen kaum ab: 43% der ab 14jährigen haben laut einer Studie im Auftrag der Bertelsmann-Stiftung 1996 zumindest einmal in der Woche in einem Buch gelesen, auch die Rate der Nicht-LeserInnen mit 31% stimmt mit den österreichischen Daten überein.

Während in den letzten zehn Jahren vor allem mit dem Fernsehen und den neuen Technologien mehr Zeit verbracht wird, ist die Reichweite des Buches deutlich gesunken. 52% der ÖsterreicherInnen haben 1987 noch am letzten Arbeitstag und/oder Wochenende in einem Buch gelesen, 1996/97

Reichweite- und Häufigkeitsentwicklung des Buchlesens verantwortlich. Aber auch Polarisierungsprozesse spielen hier eine Rolle. Die Interpretation der deutschen Daten – wer viel liest, liest immer mehr; wer wenig liest, liest immer weniger – ist allerdings aufgrund unserer Befunde zu relativieren. Personen, die bereits vor zehn Jahren nur selten gelesen haben, tun dies auch bei uns tun noch etwas seltener. Die regelmäßigen LeserInnen hingegen lesen zwar noch wie vor noch häufig, machen aber öfter auch „Lesepausen“, denn: Die Reichweite des Buches ist gerade bei jenen am stärksten zurückgegangen, die (aber nach wie vor noch) am häufigsten lesen, nämlich bei den Jugendlichen und den höher Gebildeten. Daß diese Gruppen gleichzeitig die neuen Medien am intensivsten nutzen, weist auf Verschiebungsprozesse zwischen den einzelnen Medien hin. So ist das Zeitbudget für Medien nicht beliebig ausdehnbar, und die mit den Medien verbrachte Zeit differenziert sich immer stärker aus.

Neben den offensichtlichen Konkurrenzverhältnissen ist aber zu berücksichtigen, daß die einzelnen Medien entsprechend ihrer (wahrgenommenen) Leistungen, also komplementär genutzt werden. Mit dem Auftreten neuer Medien oder neuer inhaltlicher/formaler Angebote verändern sich die Funktionen der bestehenden Medien, sie müssen sich neu positionieren. Tatsächliche Verdrängungsprozesse gibt es nur in jenen Bereichen, in denen neue Angebote zumindest gleiches oder mehr als die älteren leisten. Dies ist z. B. bei Heftchenmagazinen der Fall, die 1987 von 25% der Bevölkerung gelesen wurden, zehn Jahre später aber nur mehr von 16%. Offensichtlich ist diesem Lesemedium mit dem gesteigerten Unterhaltungsangebot des Fernsehens ernsthafte Konkurrenz gewachsen.

Funktionszuweisungen an Medien ändern sich aber nicht nur wegen neu auftretender Medien. Auch der gesellschaftliche Wandel spielt hier eine wichtige Rolle. So dürfte der Trend, daß Bücher immer mehr zur Information und Weiterbildung gelesen werden, weniger auf eine veränderte Funktionsschreibung an das Medium Buch zurückgehen. Vielmehr ist dies ein Effekt des insgesamt gestiegenen Bildungsni-

veaus einerseits, das ein größeres Interesse an Aus- und Weiterbildung mit sich bringt, sowie der Anforderungen an das lifelong learning andererseits, die dazu führen, daß sich die Wissensvermittlungsfunktion des Buches und auch die Relevanz des Lesens für die Wissensakkumulation deutlicher herauskristallisieren.

Wer liest heute noch Bücher?

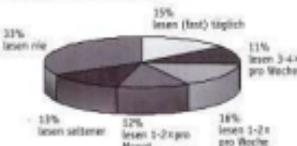
Bei gleichzeitiger Berücksichtigung des Zeitaufwands für das Buchlesen und der Freude daran sowie dem Lesepensum teilt sich die Stichprobe in 24% intensive, 25% durchschnittliche und 18% gelegentliche LeserInnen. Das Dritte jener, die nie Bücher lesen, stimmt mit internationalen Vergleichswerten überein. Nach wie vor sind es die Frauen, die höher Gebildeten und – vieler Behauptungen zum Trotz – die Jugendlichen, die am häufigsten lesen. Am größten sind dabei die geschlechts- und bildungsspezifischen Unterschiede. 29% der Frauen, aber nur 18% der Männer lesen oft und gerne Bücher. Frauen ziehen dabei die Unterhaltungselektive vor, bei den Männern steht die Weiterbildungsfunktion des Buches im Vordergrund. Diese Differenzen verringern sich allerdings mit steigender Bildung. Bemerkenswert dabei ist, daß das seit den 70er Jahren deutlich häufigere Lesen überwiegend auf die Frauen zurückgeht, was aber – zumindest in Deutschland, wo die Entwicklung ähnlich ist – nicht alleine mit ihrer gestiegenen Bildung zu erklären ist.

Die Bildungsunterschiede beim Lesen werden besonders deutlich, wenn man die Verteilung der Lesintensität der höheren und niedrigeren Bildungsguppen einander gegenüberstellt: Mit 48% ist der Anteil der intensiven LeserInnen bei den Befragten mit Matura/Abitur dreimal so hoch wie bei den Pflichtschulabschließenden. Umgekehrt lesen 47% der niedriger Gebildeten, aber nur 11% der höher Gebildeten keine Bücher.

Das häufigere Buchlesen geht auf die Frauen zurück

Lesehäufigkeit	1972		1980		1989		1996/97	
	♂	♀	♂	♀	♂	♀	♂	♀
täglich	7	9	10	14	10	16	13	19
mehrmals/Woche	13	13	17	21	11	14	10	14
1x pro Woche	8	8	15	12	11	8	16	18
1-2x pro Monat	17	12	11	10	15	16	14	11
seltener	16	14	9	6	20	18	14	10
nie	39	46	38	38	35	28	33	28

Jede/r sechste liest täglich



nur mehr 43%. Betrachtet man aber die Entwicklung der Buchlesehäufigkeit beginnend mit Anfang der 70er Jahre, so zeigt sich, daß seither deutlich häufiger gelesen wird: 8% haben 1972 (fast) täglich gelesen, 25 Jahre später sind dies hingegen 15%. Der Anteil der Nicht-LeserInnen ist von 43 auf 33% gesunken. Auch in Deutschland widersprechen die empirischen Daten zur Entwicklung der Lesehäufigkeit den gängigen Meinungen: Von 1958 bis 1995 sind die zentralen Daten des Buchlesens sehr stabil, so das Fazit einer Analyse der in diesem Zeitraum gemachten Erhebungen. Schwankende Zahlen werden auf methodische Unterschiede und Probleme, wie ich sie vorher beschrieben habe, zurückgeführt.

Methodische Probleme – es wurden z.B. nicht die gleichen Samples befragt – sind möglicherweise bis zu einem gewissen Grad auch für die festgestellte widersprüchliche

Wissen Sie schon, womit Sie in Zukunft? Ihre Probleme lösen werden?

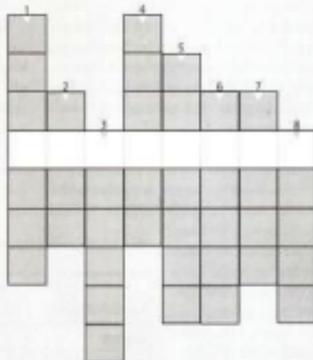
Gönnen Sie sich den kurzen Rätselspass! Nehmen Sie einen Stift zur Hand und vergessen Sie eben mal für ein paar Minuten die Tatsache, dass Sie dem Kindesalter erwachsen sind...



A. Verbinden Sie die Punkte von 1 bis 40.

B. Tragen Sie die Lösungsworte von 1 bis 8 in die senkrechten Spalten ein.

- Ideenreich, aktiv, schöpferisch, um Einfälle nicht verlegen.
- Treuer Gefährte auf vier Beinen.
- Bepflanztes Stück Land, dessen Pflege ein beliebtes Hobby ist.
- Gefühl des Wohlbehagens, z. B. beim Verzehr kulinarischer Köstlichkeiten.



- Beliebte Freizeitbeschäftigung bei Jung und Alt, für die oft einfachste Materialien genügen (z. B. Papier und Klebstoff).
- Gestell zur Fixierung eines Gerätes (z. B. Fotoapparat).
- Der hat das Recht, sich beim Einkauf als König zu fühlen.
- Großes Vergnügen, Freude (z. B. beim Lesen eines guten Buches).



Falls es Ihnen nicht gelungen sein sollte, das Rätsels Lösung zu entschlüsseln – drehen Sie das Heft einfach mal um...

Lösung: 1. KREATIV 2. HUND 3. GARTEN 4. GENUSS 5. BÄCKELEN 6. STÄBE 7. KUNDE 8. SPASS. Wenn Sie alles richtig gemacht haben, ergibt sich zusammen mit dem Strichmännchen folgendes Logo:
Achten Sie beim Bucherwerb in Zukunft auf dieses Zeichen und vieles mehr für die Bereiche Kreativ, Freizeit & Wohnen, KOCHEN & GENIESSEN, GARTEN & HEIMTIERE sowie FOTOGRAFIE, Ideen muss man haben.

Daß das überdurchschnittliche Lesen der Jugendlichen in erster Linie ein Effekt der schulischen bzw. ausbildungsbedingten Pflichtlektüre ist, zeigt sich in der Diskrepanz zwischen der Buchlesehäufigkeit und der Freude am Lesen. Von allen Altersgruppen geben die 14- bis 19-Jährigen am häufigsten an, weniger oder nicht gerne zu lesen. Mit dem Ende der Ausbildung – und dem Wegfallen der Lesemotivation – gleicht sich die Lesesintensität dem Durchschnitt an, der bekannte »Leseknick« nach der Schule hat nach wie vor Gültigkeit.

Wie sich nun das Verhältnis der mit einer umfassenden Medienvielfalt aufwachsenden Kohorten zum Buch in Zukunft entwickeln wird, bleibt abzuwarten. Bemerkenswert ist aber, daß in allen Altersgruppen gleich viele intensive LeserInnen vertreten sind, also auch jede/r vierte Jugendliche Freude am Lesen hat und viel Zeit dafür aufwendet. Der trotz des gestiegenen Bildungsniveaus gleichbleibende Anteil der begeisterten LeserInnen im Generationenvergleich ist aber gerade wegen der Korrelation zwischen Bildung und Buchlesen bemerkenswert.

Jugendliche lesen am regelmäßigsten

Buch	alle Befragten	14-19
täglich/fast täglich	15%	14%
3-4 x pro Woche	12%	9%
1-2 x pro Woche	16%	33%
1-2 x pro Monat	12%	5%
seltener	13%	8%
nie	33%	24%

Es ist eine Frage des Standpunktes, ob dies nun als eine »enttäuschende Stagnation« oder als eine – vor dem Hintergrund des medialen Wandels – »benignende Konstanz« zu interpretieren ist. Was dieses Ergebnis mit Sicherheit aufzeigt, ist, daß eine stabile Beziehung zum Buchlesen durch sehr viel mehr Faktoren beeinflusst wird als durch die Bildung. Die ursprüngliche Hoffnung, daß mit der Veränderung der Bildungsstruktur das Buchlesen einen Boom erleben wird, konnte deshalb nur erlöscht werden. Offen bleibt aber, ob es nicht langfristig zu einer Stabilisierung der Freude und des Interesses am Buchlesen kommt, weil vor allem die Lesegewohnheiten im Elternhaus dafür verantwortlich sind, ob man später regelmäßig liest oder nicht.

Die Individualität des Buches

Für eine Prognose über das »Buch und Lesen im 21. Jahrhundert« ist einerseits ein sehr differenzierter Blick auf »Buch- und »Lesen« erforderlich. So ist zu hinterfragen, ob es grundsätzlich ein Verlüst ist, wenn Trivialliteratur durch Fernsehserien ersetzt wird. Andererseits kommt man nicht umhin, Buch und Lesen in den Kontext anderer Medien und Rezeptionsformen zu stellen. Erst in der Analyse der medien-spezifischen Besonderheiten des Buches und seiner Lektüre werden ihre sich in ständigem Wandel befindlichen Funktionspotentiale erkennbar, in denen auch ihre künftige Bedeutung liegt.

Eines dieser Medienspezifika ist sicherlich die immense Auswahl an Lesestoffen, die sowohl im belletristischen als auch im informativ-qualifizierenden Bereich ein größtmögliches Maß an Individualität erlaubt. Dazu kommt die hohe Flexibilität der Rezeption, sowohl was Ort und Zeit der Lektüre als auch den Rezeptionsprozeß selbst betrifft. Im Vergleich mit den neuen Technologien bietet der gedruckte Text als Informations- und Bildungsmedium vielfältige und vor allem einfache Möglichkeiten des

Arbeitsrits: Unterstreichungen, Randnotizen, eingelegte Zettel, der Zeigefinger als »Markierung«. Abgesehen davon ahnen viele Hypertexte nach wie vor Vensteckspielen gigantischen Ausmaßes, in denen man schnell die Orientierung verliert und zum »Herumhüpfen« animiert wird. Sind für das operationale Lesen die Möglichkeiten des Handlings und die einfache Überblickbarkeit des Textes eine wichtige Eigenschaft des Buchs, ist für das belletristische Lesen vielleicht ein »saurisches« Verhältnis zum Gegenstand Buch – so der Kölner Leseforscher Erich Schön – ein äquivalentes Charakteristikum.

Nur wenig weiß man bisher über den eigentlichen Rezeptionsprozess selbst. Offensichtlich ist, daß der hohe Eigenanteil der Leserin bzw. des Lesers an der »Realisierung« des Textes das Lesen zu einer besonders individuellen Art der Kommunikation macht, in der der Leser/die Leserin sehr viel von sich selbst ein-

bringt – und sich damit auch mehr oder weniger bewalle mit sich selbst auseinandersetzt. Damit verbunden sind vermutlich stärkere Identifikationsreize als bei der Rezeption audiovisueller Geschichten, die einen besonderen Reiz der belletristischen Lektüre ausmachen.

Die »Leselust« und die individuellen Erfahrungen beim literarischen Lesen rücken erst allmählich in den Blickpunkt der Leseforschung. Aber man weiß innerhin, daß eine intrinsische Lesemotivation, die Freude am zweckfreien Lesen, eine der Voraussetzungen für ein dauerhaftes Verhältnis zum Buch sind. Das macht es nun auch so wichtig – will man das Buchlesen fördern –, Kindern möglichst frühzeitig die Faszination des Erschließens gedruckter Geschichten zu vermitteln. Das beginnt mit dem ersten Bilderbuch, geht über das Vorlesen zu Hause und im Kindergarten und dem lastbetonten Lesen in der Volksschule bis zur stärker von den Jugendlichen mitbestimmten Auswahl der Schullektüre. Eine reichhaltige Buchinfrastruktur, entsprechend sortierte und ausgestattete Buchhandlungen und Bibliotheken sind eine weitere Grundlage der Zukunft des Buches und des Lesens – denn die festgestellten Differenzen zwischen dem Lesen am Land und in den Städten hängen wohl mit der ungleichen Präsenz des Buches im öffentlichen Leben zusammen.

Eine weitere Chance für das Buchlesen ist im Wandel des Anspruchs an das belletristische Lesen zu sehen, den Erich Schön beschreibt. Daß das von einem durch soziales Prestige und bildungsbürgerliche Vorstellungen geprägte Verhältnis zum Lesen sich hin zu einer von instrumentell-individuellen Bedürfnissen, wie Entspannung, mood control, Anregung oder escape-Wünschen, geleiteten Aktivität verändert, sollte zu einem »schröneren«, auch stabileren Verhältnis zum Lesen führen. □



Die Freude am »zweckmäßigen Lesen« ist eine Voraussetzung für ein dauerhaftes Verhältnis zum Buch.

Gegen das Lesen hat man nichts!

Wozu eigentlich Leseförderung? **BODO FRANZMANN**

Mit dem Lesen ist es wie mit dem Frieden: Niemand hat etwas dagegen. Selbst diejenigen Zeitgenossen, die sich im Alltag durchaus unfriedlich verhalten, werden sich stets für den Frieden aussprechen. Und das Lesen haben immer auch diejenigen hochgehalten, die es in der Praxis eher mit dem Fernsehen und anderen, weniger mentalen Einsatz fordernden Freizeitvergnügungen hielten. Lesen, so benennen Sozialwissenschaftler diese Schere zwischen Sein und Bewußtsein, hat ein hohes Sozialprestige. Und dieses kommt naturgemäß auch allen leidlich seriösen Aktivitäten der Leseförderung zugute.

Niemand kam bisher auf die Idee, eine Stiftung zur Förderung des Fernsehverhaltens zu gründen, nimmt man doch – nicht ganz zu Unrecht – an, daß man Fernsehen zumindest nicht in dem Sinne lernen muß wie Lesen. Auch wenn Medienpädagogen überzeugend darlegen können, daß richtiges Fernsehen eine durchaus anspruchsvolle Tätigkeit ist, wird die Kommunikationstechnik Fernsehen offenbar selbstständig gelernt, nach dem Prinzip von Versuch und Irrtum – ein Verfahren, das Kinder und Jugendliche offenbar auch beim Erlernen der Computer- und Internettechnik anwenden.

Leseförderung ist vermutlich so alt wie die Kulturtechnik Lesen selbst. Im weiteren Sinne müssen alle pädagogischen Bemühungen um das Lesen als Leseförderung gewertet werden. Lesen lernt man bekanntlich in der Schule, und die meisten Methoden, die ein Lehrer jenseits der Vermittlung der reinen Lesetechnik anwendet, um Kinder zum Lesen zu verführen, stammen aus dem Arsenal der Leseförderung. Jedoch ist beim Stichwort »Schule« Vorsicht angebracht. Wer für die Propädie des Lesens arbeitet, neigt zu der Annahme, Förderung der Lesefreude sei ein vorrangiges Ziel des Deutschunterrichts.

Um hier Genaueres zu wissen, ist inzwischen¹ eine weitere Untersuchung im Feld,

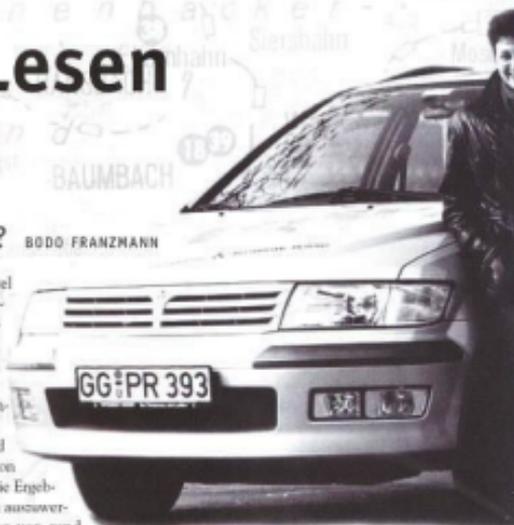
die unter dem Titel »Muß-Lektüre versus Lust-Lektüre!« nach den – positiven und/oder negativen – Einflüssen des Deutschunterrichts auf die Lesefreude und die Privatlektüre von Schülern fragt. Die Ergebnisse dieser noch auswertenden Befragung von rund 1.200 Schülern und ihren Deutschlehrerinnen darf man gespannt sein, gilt es doch die u.a. von dem Leseforscher Erich Schön vertretene These zu prüfen, daß der Deutschunterricht in der Regel eher abschreckende als anregende Wirkungen auf die Lesefreude der Schüler hat.

In einer Studie des Jahres 1988 fragte das Institut für Demoskopie, Allensbach, Eltern nach dem Stellenwert von »Freude an Büchern haben, gern lesen«. Unter 16 vorgegebenen Erziehungszielen landete dieses auf dem vorletzten Platz. Fazit: Trotz seines hohen Sozialprestiges leistet Leseförderung nach Einschätzung der Autorin Renate

Lesefreude braucht einen spielerischen Zugang

Köcher keinen Beitrag zu Erziehungszielen, die nach Auffassung der Eltern für das Weiterkommen ihrer Kinder im Leben wichtig sind.²

Damit ist ein Dilemma der Leseförderung angesprochen: Auf den ersten Blick scheint Lesen – gerade in einer auf Bildmedien und den Computer hin orientierten Gesellschaft – vernichtbarer zu werden. Daß dies nicht der Fall ist, daß gut Lesen zu können heutzutage wichtiger ist denn je, bedarf der Erklärung, aber auch das alltägliche Leben liefert ständig Beweise.



Das Lesemobil bringt Literatur direkt zu

In den 70er und 80er Jahren, als das Fernsehen die bundesdeutschen Haushalte eroberte und immer mehr Programme zur Wahl standen, war das Thema »Fernsehen oder Lesen?« angesagt. Diese neue Sensibilität junger Eltern nutzten die Leseförderungsorganisationen, die seit Ende der 70er Jahre ihre Aktivitäten verstärkten bzw., wie die Stiftung Lesen, gerade erst gegründet worden waren, um unter dem Motto »Lesen ist Familiensache« die fundamentale Bedeutung der Buch- und Leseförderung im frühen Kindesalter zu propagieren und Eltern praktische Handreichungen anzubieten.

Inzwischen fährt das vom Autobauer Mitsubishi gesponserte Vorlesemobil der Stiftung Lesen durch die Lande, und der Terminkalender der Vorlese-Fachfrau Sigrid Strecker ist auf Monate hin ausgebucht.

Zweiter wichtiger Ort für Leseförderung bei Kindern ist der Kindergarten. In einem dreijährigen, vom Bundesministerium für Bildung und Wissenschaft geförderten Modellversuch in elf Kindertagesstätten in sozialen Brennpunkten konnte gezeigt werden, daß die Vermehrung sprachbezogener Angebote, die Einbeziehung von Büchern in alltägliche Kindergartensaktivitäten und vor allem regelmäßiges Vorlesen und Erzählen das Sprachvermögen der Kinder deutlich fördern und ihnen bessere Startchancen in der Schule verschaffen – was



einzig Blick ins Internet zeigt, daß einer ohne sehr gute Lesekompetenz nicht weit käme, weshalb es auch nicht erstaunt, daß nach der neuen Untersuchung »JIM '98 – Jugend, Information und Multimedia« des Südwestrundfunks, der Stiftung Lesen und anderer Partner die intensiven Computernutzer unter den 12- bis 17-Jährigen auch überdurchschnittliche Leser sind.

Wie wird die Leseförderung im nächsten Jahrhundert operieren?

Zwei Tendenzen zeichnen sich ab:

- Leseförderung wird – ergänzend zur Familie – unverändert stark im pädagogischen Kontext verankert bleiben, vor allem in der Schule, zunehmend aber auch im Kindergarten. Neue Formen der Lesesozialisation im Freizeitbereich werden hinzukommen. Die bereits heute dominierende Erlebnisorientierung der Menschen stellt die Leseförderung mehr und mehr vor die Aufgabe, das seiner Natur nach private, stille Lesen so in Szene zu setzen, daß seine unverminderte Attraktivität in Zeiten der vielen bunten Bilder und schrillen Töne vermittelt wird. Hierzu wird die Leseförderung neue Aktionsformen entwickeln. Insbesondere bei der Ansprache von Kindern

und Jugendlichen werden neben klassischen Formen neue Methoden der Lesesozialisation und der Information über die reichhaltige Welt der Bücher mit Hilfe elektronischer Medien, vor allem des Computers, treten. Erste Erfahrungen sammelt die Stiftung Lesen derzeit mit der CD-ROM »Die Agenten des Hons«.

- Die Finanzierung von Leseförderungsprojekten wird in wachsendem Maße über Sponsoring und Kooperationen mit Wirtschaftsunternehmen erfolgen – dies nicht zuletzt unter dem Sparzwang der öffentlichen Haushalte. So wie an der Notwendigkeit zusätzlicher privater Altersvorsorge kein Weg mehr vorbeiführt, wird bereits heute deutlich, daß Teile des früher ausschließlich staatlich finanzierten Bildungssektors, zu dem auch die Leseförderung als eine Form kultureller Bildung gehört, künftig ohne private Mitfinanzierung nicht mehr funktionieren werden. Mit anderen Worten: Auch in der Leseförderung wird ohne privates Engagement und Sponsoring kaum mehr etwas gehen.

Wenn es der Leseförderung auf diesem Wege gelingt, einseitige Kommerzialisierung zu vermeiden – und sie muß dies tun, um ihre Glaubwürdigkeit und Akzeptanz zu erhalten – hat sie beste Zukunftsaussichten.



den Kindern und ist ständig ausgebucht

Vergütigen, das sie an Büchern finden, gar nicht zu reden.

Leseförderung, so lautet die Bilanz der über 20-jährigen Aktivitäten der Stiftung Lesen und anderer auf diesem Gebiet tätigen Organisationen, stößt auf wachsende Beachtung und Zustimmung: Zweifel an ihrer Berechtigung sind kaum zu registrieren. Ein

WIE WIRD ES UM DAS LESEN UND DIE LESEFÖRDERUNG IM NÄCHSTEN JAHRHUNDERT BESTELT SEIN?

Wer einigermaßen seriöse Aussagen machen will, kann kaum mehr nur, als Entwicklungslinien und Trends, die sich schon heute abzeichnen, in die Zukunft verlängern – und dies stets unter dem Vorbehalt, daß zwischenzeitlich keine gänzlich neuen Konstellationen entstehen, z.B. durch wirtschaftliche Rezession.

Von dieser Basis der Trendverlängerung aus operieren auch jene 300 Experten aus Medien, Wirtschaft, Politik, Wissenschaft und gesellschaftlichen Interessengruppen, die unlängst um ihre Prognose der Medienentwicklung und -nutzung bis zum Jahr 2005/2015 gebeten wurden¹. Folgende Haupttrends werden diagnostiziert:

- Die tägliche Mediennutzungsdauer wird von gegenwärtig sechs Stunden, 30 Minuten bis 2015 um 40 Minuten ansteigen.
- Bei einer starken Zunahme der Online-Nutzung wird mit leicht abnehmender Printnutzung gerechnet.
- Im Jahr 2015 werden Privathaushalte monatlich DM 220,- für Medien ausgeben – und damit etwa doppelt soviel wie gegenwärtig (DM 105,-).
- Die neuen Medien werden neben positiven Impulsen wie individueller Leistungssteigerung neue gesellschaftspolitische Probleme erzeugen wie die weitere Zersplitterung der Öffentlichkeit in Teilöffentlichkeiten und eine Zunahme der Wasserkluft zwischen »Informationsreichen« und »Informationsarmen«.
- Neue Medien bewirken nach Expertenmeinungen auch mehr Streß, eine Abnahme der Außer-Haus-Aktivitäten, der sozialen Kontakte und eine verstärkte Suchtgefahr.
- Abnehmen werden laut Expertenmeinung auch sprachliche Ausdrucksfähigkeit, Schreib- und Lesefähigkeit sowie Konzentrationsfähigkeit.

Die bereits oben als Schlüsselforderung aus den einschlägigen Untersuchungen zur Literalität und zu Grundqualifikationen der Bevölkerung formulierte Maxime kann angesichts dieses Szenarios nur bekräftigt werden: Leseförderung wird in dem Maße an Bedeutung gewinnen, in dem die Kulturtechnik Lesen als Basiskompetenz für die Multimedia-Gesellschaft wichtiger wird.

¹ Im Rahmen des DfG-Schwerpunkts »Lesesozialisation in der Mediengesellschaft«.

² Anette Klöber: Familie und Lesen, Frankfurt/M.: Börsenverein des Deutschen Buchhandels 1988.

³ Walter Klingler u.a.: Medienutzung der Zukunft, In: Media Perspektiven 10/98, S. 400-407

... demnächst auch Bücher



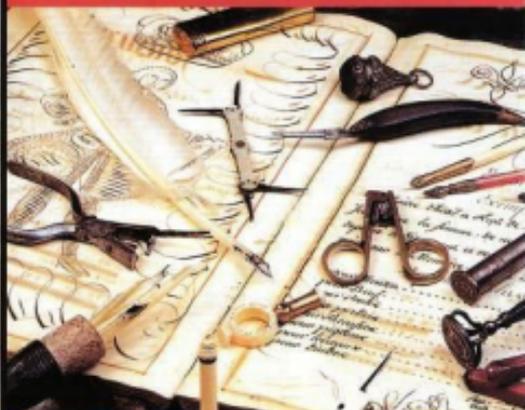
www.digitalpublishing.de

lesen 1



Die Renaissance des Lesens +++ Lesekultur im neuen Outfit +++ Das Buch als Statussymbol +++ Das neue Lernen +++ Elektronische Bücher am Strand +++ Richtig lesen mit neuen und alten Medien

autoren 2



Die neue Rolle der Autoren +++ Leser als geheime Co-Autoren +++ Unterhaltung ist erlaubt +++ Autorenförderung im Zeitalter der Globalisierung +++ Onlinedienste als Arbeitgeber +++ Jeder wird zum Bestsellerautor

verlage 3



Die Verlage der Zukunft +++ Verlage werden zu Medienunternehmen +++ Weltweite Vermarktung der Inhalte +++ Print on Demand – Hoffnung für Kleinverlage +++ Alte Traditionen kehren zurück

buchhandel 4



Neue Herausforderungen für den klassischen Buchhandel +++ Infobroker und Online-Buchhandel +++ Bibliotheken als Infozentralen +++ Trends in der Sackgasse +++ Das intelligente Papier

Gefährliche Wegkreuzungen

Die Autoren von heute stehen vor großen Herausforderungen WALTER GROND

In der österreichischen Gegenwartsliteratur wird viel über in die Gegenwart eingelagerte Vergangenheit geschrieben. Dabei vertrauen auch Autoren der jüngeren Generation dem nach hinten gewandten Blick, und nicht wenige nennen den Begriff der Information, seine Flatterhaftigkeit und die aktuellen Bezüge, die er schafft, literaturunwürdig. Kürzlich erst äußerte sich Norbert Gstrein in diese Richtung und führte strenge modernistische Sprachkapseln als Voraussetzung für sein Romanschreiben an. Polemischer setzte Gustav Ernst in seinem Rundschuß gegen multimediale Kulturtechniken den Postmodernismus insgesamt mit Kunstfeindlichkeit gleich. Verteidigt wird dabei stets eine Art essentielle Literatur. Diese sampelt und collagiert nicht historische Stoffe, verwendet also nicht tradierte Literatur als Kon-

*Die Popmusik ist das beste
Feld für zeitgenössische
Literatur*

sumenten-Erinnerung spielerisch wieder, wie es einer medialen und computer-gestützten Kulturtechnik entspricht. Viel-mehr heiligt ein essentielles literarisches Verfahren Geschichte durch den besonderen Autorenblick, also im Sinn einer Politik der Identität. Bereichsweise nähert sich etwa Peter Handkes Serbienanbiederung aus Medienschelte, Technik- und Demokratie-Haß und nennt als Feindbild den Computer, die Warenwelt und die Verunft. Das Image essentieller Literatur wie immer schon die Pose des radikalen Künstlers.

Weitaus interessanter, was die Zukunft der Literatur betrifft, erscheinen mir einige Phänomene in der Popwelt. In einer MTV-Talk-Sendung hörte ich kürzlich ein Interview mit einem deutschen Rapper. Nach der Erläuterung von Grundzügen der poetischen Technik des Rappens äußerte er die Überzeugung, anspruchsvolle zeitgenössische Narration ereigne sich heute hauptsächlich im Feld der Popmusik. Nun wurden in den letzten Jahren Hip-hop, afrikanischer Pop oder Bad-Girls-Pop oft als multikulturelle Chimären des Neoliberalismus kritisiert. Und doch, unzweifelhaft kursieren mit der weltweiten Warencirkulation auch Ideen und Vorstellungen unterdrückter und marginalisierter Kulturen, befördert also die Entwertung der Produktionsstandorte durch die elektronischen Kommunikationstechnologien auch das Entstehen einer neuen – multimedialen wie multikulturellen – Kulturmatrix.

Was für die Weltmusik gilt, auch für postkoloniale Literatur. Sie entfremdet sich in ihren Ursprungsländern wie auch in Europa großer Beliebtheit, nicht zuletzt ihres Rufes wegen, eine Literatur »von unten« zu sein und »etwas zu erzählen«. Romane von García Márquez, Toni Morrison, Salman Rushdie, Tahar Ben Jelloun, Arundhati Roy oder Hanif Kureishi erinnern daran, daß wir in einer Epoche der Vertreibung und Migrationen leben, einer des Multikulturalismus wie der Vielsprachigkeit, einer der gespaltenen Identitäten und der gespaltenen Loyalitäten. Und: Ihre Autoren verkörpern ein Verhalten, das die Warenausbeutung als gegeben hinnimmt und trotzdem mit einer kulturellen Praxis aufwartet, die politische Ansprüche hat. Postkoloniale Autoren ent-

sprechen nicht dem Bild des radikalen Autors, eher dem von Popstars. So kommt denn auch der amerikanische Ethnische Studies-Forscher George Lipsitz in seiner Untersuchung der kulturellen Dimensionen einer globalisierten Wirtschaft zum Schluß, daß die heute spannendsten Entwicklungen paradoxerweise dort geschehen, wo auch die größten Gefahren lauern: an den Kreuzungswegen, wo sich Markt und Kunst begegnen, den Dangerous Crossroads von Ökonomie und Kultur.

Gerade Künstler unterdrückter Völker, schreibt Lipsitz, haben den Kapitalismus am eigenen Leib begreifen und sind daher Wegweiser in die postindustrielle Welt. Postkoloniale Literatur hat ebenso wie Popmusik den gigantischen Austausch von Bevölkerungen und von Kulturwaren rund um den Globus zum Hintergrund. Sie schafft vielfältige kulturelle Querverbindungen und führt zu eben jenen gefährlichen Wegkreuzungen, die die vielschichtigen Beziehungen zwischen Kunst und Kommerz sichtbar machen. Damit angezeigt ist auch die gigantische Umwälzung der Beziehungen zwischen Zentrum und Peripherie.

Und: In einer Welt des andauernden Austausches von Informationen entlarvt sich die Pose des radikalen Künstlers als das, was sie attackiert und zugleich selbst ist: Inszenierung von Elitarismus.

Die literarische Moderne hatte sich an Modellen einer künstlerischen Avantgarde versucht, um von Feiertagen und autonomen Feldern aus gegen die bürgerliche Welt ideologisch mobil zu machen und einen radikalen Wandel der Gesellschaft vorzubereiten. Kunst war dann gut, wenn sie von einem negativen Künstlertum getragen war,

Autoren wie Rushdie wirken geradezu angepaßt.

Romane von Hanif Kureishi, García Márquez oder Toni Morrison erinnern daran,



was wiederum den negativen Rassismus des ästhetischen Menschen erzeugte (eine zutiefte bildungsbürgerliche Eigenschaft, die etwa die ikonenhafte Verehrung Thomas Bernhards erklärt). Im übrigen: Nicht zufällig versteht sich gerade die serbische Akademie der Künste als Rettungsanker eines essentiellen Abendlandes. Insofern hat sich Peter Handke nicht geirrt, wenn er sich dazu verstieg, zu behaupten, die jüdische Frage habe man von verschiedenen Seiten aus betrachten können, das Leid der Serben sei hingegen eindeutig. So eindeutig wie die Feinde Serbiens, des letzten planetarischen Landes, wie er meinte: Computermenschen und Multikulturalisten. Die serbischen Autoren, deren nationalistische Pamphlete der Politik ethnischer Säuberungen vorausgegangen waren, argumentierten wie Handke und förderten, was Avantgarden immer gefordert haben: eine gesellschaftliche Totalerzsetzung.

Dagegen wirkt ein Autor wie Salman Rushdie geradezu angepöbel: Seine Satirischen Verse predigen eine ironische Praxis des Kulturmixes und vielstimmigen Mischmasches. Postkoloniale Strategien reagieren auf die Erfahrung der totalitären Katastrophen des 20. Jahrhunderts, wollen deswegen pragmatisch sein und innerhalb der Marktgemeinschaft wirken. Über den Zusammenhang von Postkolonialismus und Popkultur hat George Lipsitz etwas Entscheidendes geäußert: War im Zeitalter der Industrialisierung die Geschichte das große Thema der Literatur, verleiht die Reichweite und Bandbreite der elektronischen Kommunikation sowohl der Produktion als auch dem Konsum ein weltweit gleiches, rationalisiertes Gesicht. So wird der Ort zum grundlegenden Problem der postindustriellen Ära. Popkultur stärkt das Gefühl für den Ort, indem sie zeigt, daß der gemeinsame kulturelle Ort nicht mehr unbedingt der gemeinsame geographische Ort ist. In der für den Pop zentralen Technik des Samplings

werden Konsumenten zu Produzenten, ist also eine Verschleifung des Gegensatzes von Autor und Seher/Hörer/Leser vollzogen. Mit den benutzerfreundlichen Oberflächen des world wide web wurde das Internet auch in Teilen der Literaturszene populär. Die Hoffnungen, die mit Hypertexten als einer Poetik des Transportes verbunden waren, haben sich zwar weitgehend erschöpft. Die Annahme, das Internet befördere die Literarität, fußte auf einem Mißverständnis. Geschrieben wird im Internet nur, weil die Entwicklung einer multimedialen Netz-Technik Zeit braucht. Und auch die Verheißung einer mit den elektronischen Hypertexten verbundenen radikal-demokratischen Literatur verdankt sich einer zweifelhaften Annahme. Sie setzt nämlich voraus, daß es die vielen Benutzer gibt, die während der Entstehung eines Romanes dem Autor bei der mühsamen Arbeit des Schreibens beistehen wollen. Was die Hypertexte allerdings mit bewirken, ist die Ernüchterung des Autorenbildes.

Computersummen fördern den Autor, der im Schreibakt die Lesegewohnheiten seines Publikums berücksichtigt. Auf

Der gemeinsame multi-kulturelle Ort läßt sich nicht mehr geographisch festlegen

der Internet-Seite »zum thema« ist etwas über Netz-Ökonomie nachzulesen, was auch in Hinsicht auf die Zukunft des literarischen Buchs von Bedeutung ist. Christian Eigner kommt zum Schluß, daß die wirtschaftliche Dimension des Internets weniger die Verteilung von Gütern betrifft, als in seiner Fähigkeit besteht, Wege abzukürzen. Eigner nennt die Netz-Ökonomie eine Service-Ökonomie, die Seefahrer-Märkte erzeugt, in denen jeder, der die Häfen kennt, segeln

kann. Die Ansprache des Kunden erfolgt in den Bahnen des Permission Marketings, wie es Seth Godin nennt: Hat man den Kunden durch erste Informationen einmal gewonnen, versucht man mit Hilfe von personalisierten Kontakten immer näher an ihn heranzukommen und ihn langfristig zu binden. Kommunikation und Information seien dabei die Hauptmodule, die die Arbeit tragen, weshalb es statt von Marketing von Infotag zu reden gelte.

In einer Welt des Infotag herrscht tatsächlich eine Form von Kontrolle über Lesegewohnheiten, ihrem Zusammenhang zum Kaufverhalten und der Beziehung von Autor und Leser.

Die Bedeutung von oralen Kulturtechniken, befehdet durch den Computer und durch den Einfluß afrikanischer und asiatischer Migranten, wurde zuerst in der Popmusik deutlich. Die zeigenschaftliche Erzählung verlagerte sich in den letzten Jahrzehnten sukzessive von der Literatur zu den Massenmedien Fernsehen und Radio, Popmusik und Film. Wer sich über gegenwärtige Befindlichkeiten informieren will, schaut fern, hört Musik oder surft im Internet. Seit Erfindung des Buchdruckes waren aber gerade Informationen das Phänomen der Literatur gewesen. Unter dem Druck der Medien entwickelt sich daher heute nicht zufällig eine wieder erzählerische Literatur, die auf europäische Traditionen zurückgreift, postkoloniale Narrationen berücksichtigt, auf ihre mediale Verfalltheit reagiert. So führen gerade computergestützte Kulturen zum erneuten Erzählen, das wiederum nicht zufällig viele Momente der Popstrategien in sich aufnimmt. Ein Gefühl für die Dinglichkeit der Welt durchzieht die populäre Musik, schreibt George Lipsitz, und etwas derartiges läßt sich auch von einer Literatur sagen, die sich wie die Kriminalromane von Henning Mankell wohl auch deswegen so großer Beliebtheit erfreut, weil aus ihr diese Dringlichkeit der Zukunft spricht. □

daß wir in einer Epoche der Vertreibungen und Migrationen leben.

Handke nennt als Feindbild Computer, Warenwelt und Vernunft.



Zwischen Welten: Drava Verlag

Der Drava Verlag will ins Zentrum rücken, was sonst nur am Rande wahrgenommen wird: Literatur, die entlang sprachlich-kultureller Bruchlinien entsteht, Erkundungen im Niemandsland zwischen den Grenzlinien, sogenannt kleine Literaturen, Regional- und Minderheitensprachen, das Überschreiten und Überschreiben von Trennlinien.

Zwischen den Welten bewegen sich die *Zeigenössischen Erzählungen aus Bosnien-Herzegowina* gleich in mehr als einer Hinsicht: Sie verweigern sich der in Brüche gegangenen Epoche einer politisch begründeten »Brüderlichkeit und Einheit« ebenso wie jenen neuen, ethnisch begründeten, Welten der Nach-Dayton-Ära, die sich autistisch von einander abkapseln. Unbehaust bleiben ihre Autoren, ob in der Emigration oder in einem Land, das nach Krieg und Vertreibungen nicht mehr das ihre ist; unbehaust auch in einer Sprache, die in drei Richtungen auseinanderstrebt. Nur die fiktionale Ebene der Literatur vermag zum jetzigen Zeitpunkt, so scheint es wenigstens, dem Gedanken einer interethnischen Synthese eine prekäre Zufluchtstätte zu bieten.

Die kleine Welt der slowenische Literatur aufzubrechen, sie den Strömungen der Moderne auszusetzen und sie damit erst zum Dialog mit der großen Welt zu befähigen – mit *Ivan Cankar* und *Srećko Kosovel* stellen wir zwei der wichtigsten Autoren vor, die sich mit Leib und Seele diesem Ziel verschrieben hatten und gerade deshalb, jeder in seiner Zeit, oft unverstanden blieben.

Den abgründigen Welten, die sich hinter dem scheinbar Vertrauten und Heimischen verbergen, sind die Gedichte der Kärntner Lyrikerin *Christiane Janach auf der Spur*. In der slowenischen Übersetzung von *Sonja Wakounig* werden sie einem Land, das noch immer Mühe hat, seine zweite Sprache anzunehmen, zugleich als Spiegel vorgehalten. Im slowenischsprachigen Programm findet man neben dem Erstlingsroman des jungen Kärntner Autors *Martin Kuchling* unter anderem eine kritische Befragung der Minderheitenkultur aus der Feder der Lyrikerin und Dramaturgin *Maja Haderlap*.

Mit verdrängten Welten beschäftigen sich schließlich auch die Sachbücher: mit der *Sprache der Roma*, mit den Lebensbedingungen behinderter Menschen (*O du mein behinderndes Österreich!*) und damit, wie wir mit Zuwanderern umgehen. Die Optionen, vor denen Europa steht, sind abgesteckt: *Abgrenzen – Ausgrenzen – Aufnehmen*.



Drava Verlag

A-9020 Klagenfurt/Celovec, Tarnitzer Straße 36, Fax 0463/3618 99, <http://www.drava.at/draava>, e-mail: draava@drava.at

Anzahlverlag an den Buchhändlern: A: Mohr-Mannsch, D: Herold-Verlagsauslieferung, CH: BSB Buch Service Basel AG

AUTOREN DER ZUKUNFT

JACKIE LeDONNE

Übersetzung: Brigitte Schneider

Compose [Discard] [Escalate]

Send See Draft Attachments Cancel

To: _____
 Subject: _____
 CC: _____
 BCC: _____

--- Original Message ---

Mexico City 2010, Nathalie LesFemmes ist eine erfolgreiche Bestsellerautorin, die ueberall in Nord- und Suedamerika gelesen wird und zwar sowohl im englisch-, wie auch im spanischsprachigen Markt. Einer ihrer Romane wurde schon von Hollywood fuer einen Film adaptiert (Ja, die USA dominieren noch immer die Filmindustrie) und als eine fuehrende Autorin ist sie UNESCO Beauftragte im Kampf gegen den Analphabetismus in Zentral- und Lateinamerika. Sheila Cassell, schon seit vielen Jahren ihre Agentin, lebt in London und handelt mit Lizenzen fuer alle Formen von Inhalten und Produkten. Ihre gesamte Korrespondenz wird online abgewickelt und ebenso die Produktion und der Vertrieb der Romane von LesFemmes. Hier ist ein Auszug aus ihrer Geschaeftskorrespondenz.

De: Nathalie LesFemmes <nath@lesfemmes.com>
 E: Sheila Cassell <scassell@world.com>
 Datum: Mi, 17. April 2010 10:00 AM
 Thema: Guten Tag

Liebe Sheila!

Gibt es was Neues? Wie gefällt Dir die Geschichte? Was macht der Online-Absatz in den USA? Ich werde langsam ungeduldig, weil mein Verleger in Mexiko mich verpflichtet will, mit rund zehn anderen ansässigen Autoren ein Kapitel pro Woche meines neuen Romans auf Spanisch im Rahmen einer Alphabetisierungskampagne zu publizieren. Die Promotionkampagne ist vom 1. April bis 1. Juni, es wäre mir sehr recht, wenn Du deshalb die Amerikaner über diesen Veröffentlichungstermin informieren könntest.

Ich hatte kaum Zeit, die Fragen über meinen neuen Roman im Chat Forum zu beantworten? Bitte bedanke Dich für mich bei Zoe, daß sie die Online-Buchhändler kontaktiert hat und zeitweise das Forum de-linkt hat. Ich schätze es auch, daß sie eine "Wir sind bald wieder da"-Einschaltung gemacht hat. In der Hoffnung auf gute Nachrichten, Nat.

Von: Sheila Cassell <sgc@world.co.uk>
 An: Nathalie LesFemmes <nath@lesfemmes.com>
 Datum: Monday 14, January 2010 14:00
 Betreff: Re: Digi!

Liebe Nat,
 die öffentlichen Bekanntmachungen der Vorschau zeigen 75% Zustimmung nach einer auf 24 Stunden beschränkten Veröffentlichung der englischen Version des ersten Kapitels, deshalb glaube ich, wenn Dir diese Übersetzungen gefallen und wir zu einer Übereinstimmung kommen, was die Strategie der Veröffentlichung betrifft, dann kann ich dafür sorgen, daß wir die elektronischen Versionen auf den Markt bringen. Wie mit der UNESCO vereinbart, kann die kapitelweise Veröffentlichung der spanischen Ausgabe zusätzlich über libros-americanos.com heruntergeladen werden. – Ich werde sie über die Veröffentlichung in Mexiko informieren, damit wir ein gleichzeitiges Erscheinen auf dem gesamten amerikanischen Kontinent garantieren können für die Alphabetisierungskampagne. Ich werde Deinen Dank an Zoe weiterleiten – Ich habe ins Forum gesehen und Du hast recht, ich glaube, nicht einmal eine autistische Person hätte diesem Chat folgen können! Wie lange brauchst Du noch, um die automatisierte Übersetzung durchzusehen?
 Beste Grüße, Sheila

Von: Nathalie LesFemmes <nath@lesfemmes.com>
 An: Sheila Cassell <sgc@world.co.uk>
 Datum: Dics, 13. Jan. 2010
 Betreff: Liana 14 in versio de 2010-01-08

Die automatisierten E-Übersetzungen scheinen sich zu verbessern, deshalb vermute ich, ich werde nur einen Monat damit beschäftigt sein, bis die spanische Übersetzung steht. Doch die deutsche Übersetzung bereitet mehr Schwierigkeiten, da es immer noch zu viele "lange Sätze (keine Änderungsworschläge)" gibt. Ich bin ein wenig skeptisch, ob diese Übersetzung überhaupt sinnvoll ist, denn ich denke so viele Deutsche lesen jetzt Englisch und ich frage mich ob sich der Aufwand lohnt, oder ob wir nicht besser eine Abmachung über gleichsprachige Gebietsrechte treffen?
 Ciao, Nat

Von: Sheila Cassell <sgc@world.co.uk>
 An: Nathalie LesFemmes <nath@lesfemmes.com>
 Datum: Monday, January 11, 2010 19:30
 Betreff: Re: Gebiets-Abgrenzung Rights

Liebe Nat,
 Ich weiß – aber hier geht es um Psychologie. In einigen osteuropäischen Ländern ist das Deutsche noch immer verbeifaltet als die Englische. Versuchen wir es einfach mit diesem einen Buch, einverstanden?
 In der Zwischenzeit sieh Dir mal unten die weitergeleitete Nachricht an. Ich denke es wird Dich freuen, daß es diese Leute gibt, die das Englische mehr und mehr vorantreiben. Dieser Online-Meta-Packager aus Finnland kontaktierte mich über transright.net, das könnte Deiner Karriere eine neue Wendung geben!
 Beste Wünsche, Sheila

"Ich bin ein wenig skeptisch, ob diese Uebersetzung ueberhaupt sinnvoll ist, denn so viele Deutsche lesen jetzt englisch ..."



--- Original Message ---

Erhöht: Rita Lindholm <ritalind@postevista.fi>
 Betreff: Sheila Cassell <sgc@world.co.uk>
 Provozieren: Pyykkä, Tommi (T), 2010-01-07
 Mit: Gebiets-Abgrenzung Rights

Liebe Frau Cassell,
 Nach Durchsicht der entsprechenden 22 englischen Regional-links in transright.net für Nathalie LesFemmes letzten Roman interessiere ich mich für den Erwerb der Rechte einer kulturellen Adaptionierung auf Englisch für ihren nächsten Roman. Nachdem ich mir nochmals ihren vorherigen Roman in der elektronischen Ausgabe durchgesehen habe, glaube ich, daß sich ihr nächster Roman vorzüglich für eine Meta-Adaptionierung eignen würde, rein anhand der Verkaufszahlen und der Art wie sie schreibt. Zu Ihrer Information, falls Ihnen die Methoden der "localisation" oder Konvertierung von Nachdruck oder des Vertriebs nicht geläufig sind, sie basieren auf den Methoden des traditionellen Product-Placements, wie sie in der Filmindustrie üblich sind. Metaworks hat eine einzigartige Software entwickelt, die kontextsensitive Textadaptionierungen automatisch vereinfacht. Als Ergebnis erhält man viele verschiedene marktspezifische Ausgaben ein und desselben Buches. Jeder Textaustausch kann gemäß der verschiedenen Ebenen in unterschiedlichen Nuancen konfiguriert werden. Somit können kulturelle Besonderheiten wie Eigennamen, Produkte, Gebäude und auch solch spezifische Elemente wie Wetter, Landschaften, Jargon und sogar die Kleidung der Personen an den spezifischen Markt angepaßt werden. Da Metaworks einer renommierten finnischen *printolo* oder Papierfabrik gehört, läßt sich bei Print-on-demand Ausgaben eines jeden Buches mit einer höheren Gewinnspanne pro Ausgabe kalkulieren. Wobei das noch immer die bessere Ausgabeform ist, wenn es darum geht, sich auf einem entwickelnden Markt zu etablieren, wo "handhelds" und Bandbreiten das Verkaufspotential limitieren, ist es natürlich profitabler als die gegenwärtigen reinen elektronischen Ausgaben. Das eben Erwähnte sollte natürlich für Sie von Interesse sein, da Metaworks ursprünglich als Online-Packager begann, bevor es von der Papierfabrik gekauft wurde, würde es mich freuen, mit Ihnen zusätzlich über elektronische Ausgaben für ihre herkömmlichen Märkte zu sprechen, da wir die Erfahrung gemacht haben, daß die Leser in den westlichen Märkten dies nicht nur gerne lesen, sondern auch die verschiedenen Versionen mit oder ohne Product-Placement Links sammeln. In Erwartung Ihrer Antwort, Rico Lindholm

"Ich weiss - aber hier geht es um Psychologie. In einigen ost-europäischen Ländern ist das Deutsche noch immer verbreiteter als das Englische ..."

De: Natalie Lesfemmes <natalie@wind.ac.uk>
 A: Sheila Cassell <sgc@wind.ac.uk>
 Anscht: De: Text: Gehört-Alphabetisierungs
 Datum: Mittwoch, 10. Januar 2001 10:08:08

Liebe Sheila

Da er nicht an einer anderen Übersetzung interessiert ist, sollte es nicht mehr Arbeit verursachen, als die Durchsicht der "Übersetzung" und ich denke es könnte meine Verkaufszahlen / meinen Vertrieb bedeutend in die Höhe treiben. Obwohl wir keine Referenzen über ihn haben, denke ich, daß er Recht hat - das ist vielleicht der leichteste Weg, ohne große Anstrengungen auf weitere Märkte vorzustoßen?

Versuchen wir es. Wenn Du ihm antwortest, schicke ihm bitte eine Textprobe zur "Adaptierung" (Text ist in einer separaten Mail abgespeichert). Ich möchte gerne an meinen eigenen Worten das Ergebnis sehen, bevor wir weiter diskutieren. Könntest Du Dich auch bezüglich des Zeitplans erkundigen?
 Grüße, Nat

From: Sheila Cassell <sgc@wind.ac.uk>
 To: Natalie Lesfemmes <natalie@wind.ac.uk>
 De: Natalie Lesfemmes <natalie@wind.ac.uk>
 Datum: Wednesday, January 10, 2001 10:07
 Subject: Re: Sample Text for Gehört-Alphabetisierungs

Sehr geehrter Herr Lindholm,

Danke für Ihren interessanten Vorschlag.

Nach Rücksprache mit Natalie Lesfemmes würden wir gerne mehr über die Vorgangsweise bezüglich kultureller Adaptierung wissen. Bevor wir jedoch die Veröffentlichung oder den Vertrieb der Nachdrucke diskutieren, würden wir uns gerne eine Adaptierung der folgenden Textprobe ansehen. (Siehe beigefügten Text unten)

Da unsere von der UNESCO gesponserte Alphabetisierungskampagne jetzt ins Haus steht, die an die Verkäufe der Online-Buchhändler in den USA und Lateinamerika von 1. April bis 1. Juni gekoppelt ist, würden wir gerne wissen, wie lange der Vorgang der kulturellen Adaptierung für den gesamten Roman dauern würde. Mit anderen Worten, wäre es möglich, Ihre Print-on-demand Ausgaben mit diesen Ausgaben gleichzeitig herauszubringen?

Könnten Sie diese Textprobe durch Ihr Programm laufen lassen und uns das Ergebnis so bald wie möglich zukommen lassen? Nach dessen Durchsicht können wir über Gebühren und damit verbundene Tantiemen diskutieren, sowie über die Einbindung Ihres Angebots an unseren Transaction Monitoring Profile.

Account bei transright.net.

Beste Grüße, Sheila Cassell

--- Original Message ---

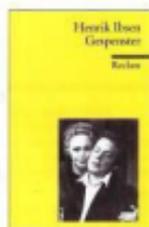
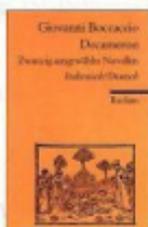
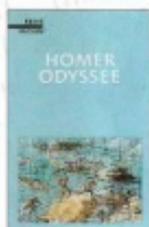
De: Natalie Lesfemmes <natalie@wind.ac.uk>
 A: Sheila Cassell <sgc@wind.ac.uk>
 Anscht: Sample Text for Gehört-Alphabetisierungs
 Datum: Wednesday 10. Januar 2001 10:08:08

Die Situation von Jose und Maria in Guahwato wurde schwieriger. Obwohl sie beide Ihre Beziehung unbedingt weiterführen wollten, konnte sich Maria nicht dazu aufraffen, Jose nach New York zu folgen. Dreimal war sie in ihrem klapprigen Ford unter der sengenden Sonne nach Neu Mexiko gefahren, um ihn zu besuchen, doch New York, wo er jetzt bei der neuen Baustelle von Bankers Trust einen Job als Ingenieur hatte, war einfach zu weit weg für sie, um so weiter zu machen. Sie hatte zwar Verwandte in Brooklyn, aber ihre Ausbildung an der Schwesternschule in Guahwato würde nicht vor nächstem Semester beendet sein. Ihre Englischkenntnisse waren natürlich auch nicht so weit fortgeschritten, um sich, ohne Kurse wiederholen zu müssen, in der JFK-Schule für Medizin einzuschreiben, wie es Joses Vorschlag gewesen war.

Nach einer schlaflosen und äußerst romantischen Nacht mit chilenischen Cabernet und köstlichem Ziegenkäse zog sie ihre neuen Tommy-Hilfgen-Jeans an, die Jose aus den Staaten mitgebracht hatte, zusammen mit zahlreichen anderen Modeaccessoires, damit es verlockender für sie wäre, ihr Land zu verlassen. Obwohl sie ihn liebte und außerdem angezogen war vom Komfort und dem Luxus, den ihr der New Yorker Lifestyle bieten konnte, konnte sie nicht aufhören daran zu denken, wie sich um den Bauernhof ihrer Familie kümmern sollte, die Ziegen, die Lämmer und die Kornfelder, die Bohnenentzern und die Avocadoheine. Wenn sie nicht bliebe, um sich darum zu kümmern, war würde es dann tun? Sicherlich würden Gringos ihre Farmhelfer einen nach dem anderen entweder zum Verkauf überreden oder noch schlimmer, danach trachten, das wertvolle auf einem Hochplateau gelegene Land für besser bezahlte Jobs auf der Coca-Cola-Fabrik in Mexico City einzutauschen.

Reclam

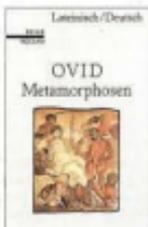
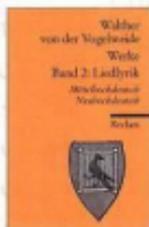
Autoren und Texte für das 21. Jahrhundert



»Je mehr die Zukunft das Neue wird,



desto mehr vertrauten Geist muß man



in die Zukunft mitnehmen.« ODO MARQUARD

Reclam

Von besonderem Format

Vollname:	Ilse Lindhofer-Indeheld@metaworks.de
Vorname:	Ilse Lindhofer-Indeheld@metaworks.de
Postfach:	Ilse Lindhofer-Indeheld@metaworks.de
PLZ/Ort:	Postfach, Trossenlo 10 2010 1420
Telefon:	Dr. Armin Gumpel Text für Selbstveröffentlichung



Liebe Frau Cassell, liebe Frau LesFemmes, Danke für die prompte Antwort und die Möglichkeit, die Software von Metaworks vorzustellen. Weiter unten finden sie die gewünschten adaptierten zwei Absätze zu Ihrer Durchsicht. Die Situation von Pavel und Marika in Győr wurde schwieriger. Obwohl sie beide Ihre Beziehung unbedingt weiterführen wollten, konnte sich Marika nicht dazu aufraffen, Pavel nach Prag zu folgen. Dreimal war sie in ihrem rostigen Skoda im strömenden Regen nach Bratislava gefahren, um ihn zu besuchen, doch Prag, wo er jetzt bei der neuen Baustelle der tschechischen Nationalbank einen Job als Ingenieur hatte, war einfach zu weit weg für sie, um so weiter zu machen. Sie hatte zwar Verwandte in Vysehrad, aber ihre Ausbildung an der Schwesternschule in Győr würde nicht vor nächstem Semester beendet sein. Ihre Tschechischkenntnisse waren natürlich auch nicht so weit fortgeschritten, um sich, ohne Kurse wiederholen zu müssen, in der Comenius-Schule für Medizin einzuschreiben, wie es Pavels Vorschlag gewesen war.

Nach einer schlaflosen und äußerst romantischen Nacht mit Tokajer und würzigem Gulasch, zog sie ihre neuen Levis Jeans an, die Pavel aus Prag mitgebracht hatte, zusammen mit zahlreichen anderen Modeaccessoires, damit es verlockender für sie wäre, ihr Land zu verlassen. Obwohl sie ihn liebte und außerdem angezogen war vom Komfort und dem Luxus, den ihr der Prager Lifestyle bieten konnte, hörte sie nicht auf daran zu denken, wer sich um den Bauernhof ihrer Familie kümmern sollte, die Schweine, die Kühe und die Raps- und Erbsenfelder und die Apfelsgärten. Wenn sie nicht bliebe, um sich darum zu kümmern, wer würde es dann tun? Sicherlich würden Deutsche ihre Arbeiter auf dem Hof einen nach dem anderen entweder zum Verkauf überreden oder noch schlimmer, danach trachten, das wertvolle hügelige Land für besser bezahlte Jobs im BrauAG-Werk in Budapest einzutauschen.

Wie Sie sehen, beschränkt sich meine bevorzugte Form einer Adaptierung von Frau LesFemmes' Text auf die Änderungen von Orten und kommerziellen Produkten. Nochmals, ich bin mit dieser einmaligen Gelegenheit an Sie herangetreten, da ich glaube, daß aufgrund von Frau LesFemmes universellen Themen und ihrem eher gefühlvollem Schreibstil, Orte und viele beschriebenen Markennamen, die in ihrem Werk vorkommen, weniger wichtig sind für den Rest der Geschichte und durchgehend adaptiert werden können.

Zu ihrer speziellen Frage: Einen Text von 300 Seiten mit unserer Software zu bearbeiten, dauert circa eine Woche. Nach Vereinbarung, hätten Sie genug Zeit, die Fassung zu lesen, bevor es zu einer Print-on-demand Veröffentlichung am 1. April käme. Da wir traditionellerweise mit ganzen Ausgaben handeln, im Gegensatz zu Teilveröffentlichungen oder kapitelweisen Veröffentlichungen, sollte eine Druckversion eine elektronische Veröffentlichung, die sie geplant haben, nicht gefährden. Darüber hinaus sehe ich zukünftige Kunden für dieses Buch und einen neuen Markt für Sie in Osteuropa, noch dazu mit geringem Risiko.

(Beachten Sie die angehängte Mail eines meiner Kunden)



--- Original Message ---

Von: Beatrix Klauer <beatrix@metaworks.de>
 An: Ilse Lindhofer-Indeheld@metaworks.de
 Datum: Montag, 7. Januar 2010 14:45
 Betreff: Frau LesFemmes?

Sehr geehrter Herr Lindholm, Ich habe neulich in den "trade wires" gelesen, daß das Chat Forum von Nathalie LesFemmes "de-linked" werden mußte auf Grund eines überwältigenden Zulaufs, der in Verbindung stand mit der Veröffentlichung ihres neuen Romans im Frühling. Ich frage mich, ob Sie eine Gelegenheit finden, meine osteuropäische Ladenkette mit Print-on-Demand Ausgaben zu versorgen. Wie gewöhnlich wäre ich an einer Bestellung von 50.000 Stück interessiert und der damit verbundenen Vorauszahlung basierend auf meinem üblichen Rabatt von einem Drittel des Preises für die gebundene Ausgabe. Zur Zeit sind Waren aus dem Westen in Osteuropa relativ heiß begehrt und wie ich meine derzeitigen Märkte kenne, liegt der Verkauf mit ziemlicher Sicherheit weit darüber, vorausgesetzt, daß ich die Lieferung vor der kommenden "spring break" bekomme. Es wäre nämlich ideal, diesen jungen, hippen und schnell wachsenden "Englisch" sprachigen Markt zu nutzen. Bitte geben Sie mir schnellstmöglich Bescheid, so daß ich begleitende Werbemaßnahmen wie auch Werbeproschüren koordinieren kann und auch Kompacts des Buches mit anderen Produkten, wie Musik, Kleider oder Software planen kann. Mit freundlichen Grüßen, Arnold Wiener

--- Glossar --- Glossar --- Glossar ---

Online Meta-Packager: Packager (siehe auch Beitrag in dieser Ausgabe) werden in der Zukunft auch im Online Bereich tätig sein. Sie erstellen dann regionalspezifische Versionen der Texte.

Meta-Adaptierung: Die Texte nicht nur von Sachbüchern, auch von Belletristik werden auch in kleinen Nuancen den jeweiligen Verkaufsgebieten angepaßt.

Handhelds: alle Formen von Palmtops und Microcomputern (Beispiel: Communicator von Nokia)

Handbreiten: Damit ist eine Breitbandverbindung gemeint. Internetautoren werden in Zukunft nicht mehr über Telefonleitungen, sondern über breitbandige Fernsehnetze übertragen.

Schnipsel und Selbstdarstellung

Schon heute nutzen viele Autoren das Internet – nicht selten kommen Ideen oder Textkorrekturen direkt von den Lesern

»Novel In Progress IV« wüf ihre Schatten voraus: Mitautoren gesucht! Kann man auf der Homepage des ZDF im Internet lesen. Bereits seit 1996 gibt es bei aspekte.online im ZDF das Projekt »Novel In Progress«. Nach Joseph von Westphalen (-Lametta Luciv-, 1996) und Ilija Trojanow (-autopol, 1997-) war nun Matthias Politycki mit »Marietta« dran. Lange hat es gedauert, und für den Autor Matthias Politycki war es eine

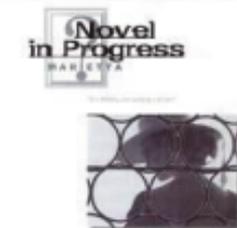
sowie Hochschulklassen oder Studierseminare eingeladen werden.

Im Idealfall: regelmäßiger Kontakt mit dem Autor, Entwickeln gemeinsamer Dialoge und Realisieren von Filmpassagen fürs Netz. Ein Honorar ist übrigens nicht in Aussicht, wohl wird aber an einem Beteiligungsmodell gearbeitet, sollte es zu einer Verfilmung kommen.

Diese Art des Schreibens oder des Veröffentlichens wird nur durch das Internet möglich, wobei diese Art von Texten beileibe keine typische Internetliteratur sind. Die gibt es auch. Es ist einfach eine neue Art von Lesen/Begegnung, von Vermittlung. Wiederum ein Beweis, daß das Internet oder die Beschäftigung mit den neuen Medien keinesfalls das Lesen verhandelt, sondern es vielmehr erst herausfordert. Zusätzlich bieten sich aber neue Möglichkeiten der Interaktion mit den Autoren. Man hat nicht mehr einen statischen Text vor sich, sondern ein lebendiges Beziehungsgeflecht.

Manchmal hat man jedoch den Eindruck, nicht das Lesen, sondern eher das Schreiben würde durch das Internet provoziert. Auf unzähligen Homepages kann man relativ kostengünstig seine Meinung verbreiten und noch dazu im Gefühl schwelgen, daß von Murmansk bis Miami Tausende von Lesern potentiell zur Verfügung stünden. Literaturzeitschriften schließen online in die Höhe, und es wird munter drauflosgeschrieben. Denn im Internet ist man nicht an Seiten- oder Druckvorlagen gebunden. Text benötigt nicht viel Speicherplatz, die Umsetzung ins Mediale aber eine andere Struktur. Nur die hat sich noch nicht durchgesetzt. So findet man theoretisch eine Fülle an Rezensionen oder ersten Veröffentlichungen, doch wer wird sich da wirklich durchackern wollen?

Leichter haben es da schon Verlage wie beispielsweise DuMont. Hier betreut der Autor Thomas Hetteche das Projekt »Null«. Im Wochenrhythmus werden junge deutsch-



Der ganze Text mit allen Schnipseln im Internet.

ungewöhnliche Erfahrung. Mit Marietta hat der Autor eine Figur geschaffen, die nicht nur ihm als Autor, sondern beim Schreiben auch vielen Lesern einiges abverlangte. Auf der Homepage des ZDF (novel.zdf.de) konnte munter über den Text und mögliche Änderungen diskutiert werden. Der Roman ist jetzt fertig, aber eigentlich über den Text hinaus geschwunden. Eigentlich besteht er aus vielen Schnipseln, Teilen, zusammengetragen von vielen Menschen, die am Prozeß beteiligt waren.

Dieses Prinzip wird nun vom Herbst dieses Jahres an mit dem vierten Projekt fortgesetzt. Der Hauptautor ist bereits gefunden, desgleichen sein Buch. Von diesem wurden schon 30.000 Exemplare im Buchhandel abgesetzt. Jetzt geht es darum, daraus das richtige Drehbuch zu stricken. Vorgabe: angelehnt an die filmischen Regeln des »Dogma«. Neben der Einladung zum Mitmachen an alle User sollen noch AutorInnen

Das Literatur-Café



Das Literatur-Café ist ein Projekt der Deutschen Literaturgesellschaft. Es ist ein Forum für die Diskussion von Literatur und Kultur. Die Website ist unter www.literaturkritik.de zu finden.

Literaturzeitschriften sind im Überfluß vorhanden.

sprachige Autoren vorgestellt, die ihre Gedanken zum ausklingenden Jahrhundert in Bits übersetzen. Die Texte sind als HyperText aufbereitet. Man springt über markierte Wörter, sogenannte Links, zu verbundenen Texten oder Bildern. Dadurch entsteht eine Art lesendes Flanieren, und die Texte werden medial vielschichtig. Geplant ist aber schon, die Texte nach einer gewissen Zeit in Buchform erscheinen zu lassen. Auch Rainald Goetz war im Internet vertreten. Sein Tagebuch, zuerst öffentlich im Netz zu lesen, erscheint jetzt in seinem Hausverlag, bei Suhrkamp.

Einen wahren Fundus findet man im Internet aber an älterer Literatur. Das Projekt Gutenberg beispielsweise weist die Texte von einigen hundert Klassikern auf. Da alle Autoren schon länger als 75 Jahre tot sind, verfiel das Copyright. Enthusiasten tippen nun die Texte ein und stellen sie gratis allen Menschen zur Verfügung. Zum Lesen reicht es, doch um damit zu arbeiten, ist die Herkunft der Texte zu vage. Manchmal stehen auch mehrere Versionen nebeneinander. In diesem Fall greift man eben gerne wieder zur kritischen Ausgabe in Buchform. Hin und wieder erfrischend ist es aber, sich eine HyperTextversion der Romane von Jane Austen oder anderen zu gönnen. Da zeigen sich eben die wahren Stärken des Internet.

EIN KLEINER AUSZUG VON LITERATUR IM INTERNET

- www.literaturkritik.de
- www.literaturcafe.de
- www.salon1999.com
- www.slate.com
- www.novel.zdf.de
- www.gutenberg.aol.de/gutenberg.htm
- www.pemberley.com/jameinfo

Wo ist die Kohle?

Behindert die Euphorie um die Neuen Medien eine sinnvolle Literaturförderung? GERHARD RUISS

Das Kulturbudget der EU gründet um die Höhe der jährlichen Kulturausgaben der Stadt Wien herum, Kultur- und Wirtschaftskooperationen sind ebenso rar wie der über die Erhaltung des Kulturerbes und internationale Auszeichnungen hinausgehende zwischenstaatliche Kulturaustausch.

Der Spielraum für grenzüberschreitende kulturelle Aktivitäten ist also nicht allzu groß. Für die Literatur ist die derzeitige Ausgangslage für die bi- und multilaterale Zusammenarbeit noch wesentlich kleiner. Wenn sich überhaupt Ansätze zeigen, so in einigen wenigen von der EU kofinanzierten Konferenzen und Veranstaltungen oder in bürokratisch ebenso aufwendigen wie finanziell bescheiden unterstützten Übersetzungsprogrammen.

Nicht nur angesichts der ohnehin kaum vorhandenen Mittel, sondern auch durch die nicht vorhandene Kompetenz der EU, in die nationalen Kulturförderungen einzugreifen, stellt sich daher die Frage, ob europäische Literaturkooperationen überhaupt gewünscht oder sinnvoll sind, wenn sie maximal das zuzugebrachte, was schon die nationalen Märkte und Nationalstaaten alleine zuzugebracht haben.

Wo sind beispielsweise die gemeinschaftsrechtlichen Initiativen zur systematischen Mehrsprachveröffentlichung? Welche annähernd ähnlichen Kooperationen bestehen auf literarischem und publizistischem Gebiet, wie sie mit den Kultursendungen und Filmpräsentationen in den TV-Sendern »3 Sat« und »Arte« bestehen? Welche Anreize für die einzelnen Mitgliedsländer der EU gibt es, um ein größeres Interesse an fremdsprachiger Literatur aus kleineren Ländern in größeren Sprachräumen zu ermöglichen? Und vor allem, welche Möglichkeiten bleiben überhaupt, wenn sich die EU schon deshalb mit einem stärkeren Eigenengagement in Kunst- und Kulturförderung behaltend, um den freien Markt nicht wettbewerbserzwingend zu konkurrenzieren?

Die Literaturförderung der zusammenwachsenden Märkte wird sich andersweise nicht mehr durch Maßnahmen der Literaturförderung selbst, sondern durch das Maß der Zurückhaltung bei der Anwendung gemeinschaftlicher Marktgesetze auf die Literaturproduktion auswirken. Das bekannteste Beispiel dafür liefert die derzeitige Auseinandersetzung zwischen dem Diskont- und dem Einzelbuchhandel um die Beibehaltung oder Abschaffung des festen Ladenpreises für Bücher. Andererseits bieten die Neuen Medien das größte Internationalisierungspotential und die einzigen Angebots- und Verbreitungswege außerhalb der multinationalen Konzernstrukturen, um literarische und künstlerische Produktionen ohne Markt- und Wett-

bewerbsinflüsse in Verkehr zu bringen.

Ob es sich dabei um eine realistische Möglichkeit handelt, ist nicht nur aufgrund der Gegenwehr des ohnehin massiven Eigenengagements der Weltkonzerne auf diesem Gebiet unwahrscheinlich, sondern auch durch den mit den Neuen Medien einhergehenden Illusionsschub zu beweisen. So bieten Unternehmen den Autoren an, ihre eigenen Print-on-demand-Verleger zu werden, um sich damit von den Verlagen unabhängig zu machen und sich durch die Aufnahme in Online-Bestelllisten selbst in den Buchhandel zu bringen.

Zugegeben, es ist billiger, nur die jeweils konkret nachgefragte Stückzahl eines selbstbezahlten Buches drucken zu lassen. Wird keines bestellt, sogar sehr billig. Nur werden auch die ehrgeizigsten Selbstverleger dadurch nicht das erhalten, was sie suchen: Öffentlichkeit für sich und ihre Bücher. Von Prognosen sind auch die Entwicklungen bei Nachrichten-Online-Diensten oder im Fachhandel bestimmt. Ob sich ein Online-Schulbuchverlag oder ein Online-Nachrichten-Medium tatsächlich als eine neue verbesserte Möglichkeit für Autoren- und Journalistenarbeit oder zur Förderung der Aktualität von Schulbüchern oder der Nachrichtensmittlung herausstellt oder als eine Randerscheinung in einem weniger raschen, dafür aber gründlicheren Medienmarkt bestehen bleibt, wird sich derzeit weder in die eine noch in die andere Richtung stichhaltig beweisen lassen.

So können wir nach dem Abblenden der freien Markt- und Medien-Hysterie möglicherweise noch immer dieselben Voraussetzungen für das Entstehen von Büchern finden: Autoren, die sie schreiben, Verlage, die sie verlegen, Druckereien, die sie drucken, Kulturämter, die sie fördern, Buchhändler, die sie verkaufen und Leser, die ihren Finger anfeuchten, bevor sie auf die nächste Seite umblättern. □



Mit dem Geld kann man
sich bestenfalls ein paar
nette Kulturabende machen

FÖRDERUNGSBESONDERHEITEN FÜR AUTOREN IN EUROPA

Nordische Staaten: Distributionsförderungen (z.B. Ankäufe für Bibliotheken), Autorengehälter (langjährige Stipendien für konkrete Leistungen)

Irland: Steuerbefreiungen für Künstler

Österreich: Strukturförderungsmaßnahmen (institutionelle Einrichtungen), Produktionsförderungen, Staatspreise

Deutschland: hochdotierte Preise und Stipendien privater Stiftungen

Frankreich: Steuerausgleichsmöglichkeiten für Künstler

Großbritannien: Vermittlungsförderungen (Leistungen gegenüber dem Publikum)

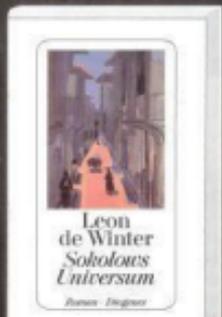
Europäische Union: Länderübergreifende Projektförderungen

Diogenes

Katalog in jeder Buchhandlung

Eine mysteriöse Explosion beendet plötzlich Sascha Sokolows Karriere als Raumfahrtforscher in Rußland. Er landet als Straßenkehrer in Tel Aviv, wo er seinen Freund und ehemaligen Projektleiter Lew wiedertrifft – unter noch dabooseren Umständen...

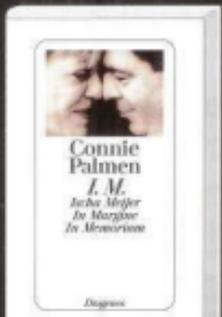
»Speechless so geschliffen, daß das Buch funkelt.« *Der Spiegel*



448 S., Ln., DM/öfr 39,90 / € 29,-

»Gehört zum Schönsten, was je im Namen der Liebe geschrieben wurde.« *Marie Claire*

J.M., Ischa Meier, in Holland eine öffentliche Figur, war vier Jahre lang Connie Palmens Lebensgefährte, bis er überraschend starb. Ihre große Liebe blieb er über seinen Tod hinaus.



400 S., Ln., DM/öfr 39,90 / € 29,-

Booker-Preis 1998

»Intelligent und spannend.« *Die Weltwoche*



224 S., Ln., DM/öfr 36,90 / € 26,-

Alle haben sie dieselbe Frau geliebt, die nun nicht mehr ist: ein Politiker, ein Chefredakteur, ein Komponist. Als desto gegensätzlicher erweisen sich ihre Ambitionen: Ein Freundschaftspakt wird zum Teufelsakt, als es in Amsterdam zum Show-down kommt.



368 S., Ln., DM/öfr 35,90 / € 25,-

Ein neuer Fall für Maresciallo Guarnaecia, den belichtesten Carabinieri von Florenz: Olivia Birkett, amerikanische Modedesignerin, ehemals verheiratete Contessa Benamonti, ist entführt worden.

»Einer ihrer stärksten Romane.« *Pflüger, Nürnberg*

»Die Wahrheit liegt im Verschwinden – ein verwirrender Satz, der manches Rätsel aufgibt. So wie das Leben der Corinna Mühlbauer. Immer wieder entzieht sie sich auf eigenartige Weise ihren Mitmenschen. Die Irritation, die sie verursacht, ist so stark wie die Anziehung, die sie ausübt. Doch wie dieser etwas anderen Form des Glücks folgen?«

»Die Eleganz seines Stils sucht ihresgleichen.« *FAZ*

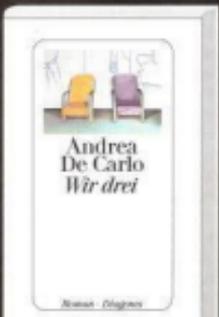


144 S., Ln., DM/öfr 32,90 / € 20,-

»Italiens beliebtester Schriftsteller.« *Annabelle*

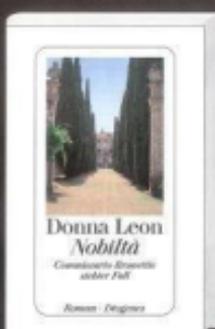
Nicht nur mit zwanzig hat man das Leben noch vor sich, sondern auch mit vierzig, wenn man zu Aufbruch und Abenteuer bereit ist wie Livio, Marco und Misia. Das Geheimnis? Leidenschaftlich sein in der Liebe, der Freundschaft, als Künstler.

»Ein faszinierender Roman über das Lebensgefühl der 70er und 80er Jahre.« *Medi*



672 S., Ln., DM/öfr 44,90 / € 32,-

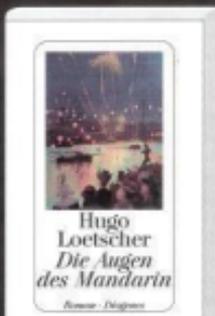
»Weltweit ganz oben auf der Beliebtheitskala.« *Focus*



304 S., Ln., DM/öfr 39,90 / € 29,-

Motive müssen nicht so nobel sein wie das Gefühl, aus dem man stammt: Als die Leiche eines jungen Mannes gefunden wird, führt die Spur direkt zum venezianischen Adelsgeschlecht der Lorenzoni und weiter hinter die Kulissen der Reichen und Einflußreichen.

»Donna Leon wieder auf Höhenflug.« *Brigitte*



304 S., Ln., DM/öfr 39,90 / € 29,-

Ein flittrer Mandarin stimuliert Past, den Ex-Angestellten einer obskuren Zürcher Kulturstiftung, zu Erinnerungen aus seinem bewegten Leben, entführt ihn noch einmal in fast alle Erdteile und entlockt ihm pointierte Geschichten und Anekdoten. Die Bilanz eines intensiven Blicks, trotz schwacher »blaugrüner Augen«.

»Ein Schriftsteller von europäischem Format.« *Le Figaro, Paris*

Lesen 1



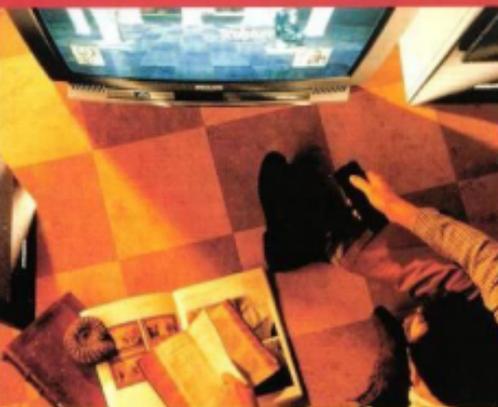
Die Renaissance des Lesens +++ Lesekultur im neuen Outfit +++ Das Buch als Statussymbol +++ Das neue Lernen +++ Elektronische Bücher am Strand +++ Richtig lesen mit neuen und alten Medien

Autoren 2



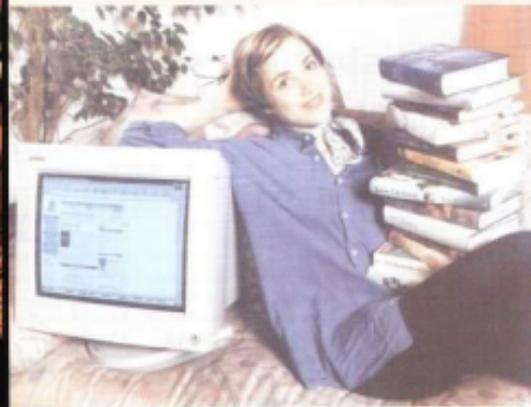
Die neue Rolle der Autoren +++ Leser als geheime Co-Autoren +++ Unterhaltung ist erlaubt +++ Autorenförderung im Zeitalter der Globalisierung +++ Onlinedienste als Arbeitgeber +++ Jeder wird zum Bestsellerautor

verlage 3



Die Verlage der Zukunft +++ Verlage werden zu Medienunternehmen +++ Weltweite Vermarktung der Inhalte +++ Print on Demand – Hoffnung für Kleinverlage +++ Alte Traditionen kehren zurück

Buchhandel 4



Neue Herausforderungen für den klassischen Buchhandel +++ Infobroker und Online-Buchhandel +++ Bibliotheken als Infozentralen +++ Trends in der Sackgasse +++ Das intelligente Papier



DIE ZUKUNFT der Verlage

Visionen zur Buchwelt von morgen

ERNST FISCHER

Was der Verleger einmal war: derjenige, der den »Riescher« dafür hatte, welches Buch hier und heute gefragt war; der dafür den richtigen Autor gefunden und mit Charme (und Vorschüssen) dazu gebracht hat, irgendwann endlich sein Manuskript abzuliefern; der das Manuskript setzen und in optimistisch hoher Auflage drucken zu lassen; der dieses Buch der literarischen Öffentlichkeit als das lange erwartete Meisterwerk schmack-

haft gemacht hat und dann auf den Rücklauf seiner Investitionen gewartet hat, und der auch nach dem Ausbleiben des großen Geschäfts wieder für nächste Buchprojekte Geld »vorgelegt« hat, wovon ja bekanntlich seine Bezeichnung stammt.

Was wird der Verleger sein, wenn keine risikant hohen Auflagen gedruckt werden, sondern nur noch nach Bedarf, oder wenn überhaupt nicht mehr gedruckt wird, sondern elektronisch publiziert? Wenn Autoren »self publishing« betreiben? Oder wenn Bücher nur noch als stromlinienförmige Produkte der Marketingabteilungen von Verlagskonzernen auf den Markt gebracht werden? Ist der Verleger ein Auslaufmodell?

Eine Antwort auf diese Frage wird die Entwicklung der Verlagszene in den kommenden fünf bis zehn Jahren geben. Jede Prognostik in diesem Bereich ist problematisch, zu viele Rahmenbedingungen sind

unbestimmt, so etwa das Schicksal der Preisbindung. Aber eben aus dieser Unsicherheit entsteht ein starker Reiz, sich jene Veränderungen, die sich heute teils erst zaghaft ankündigen, in voller Stärke auszumalen. Ohne aus dem Kaffeesatz lesen zu müssen, kann man davon ausgehen, daß die folgenden vier Faktoren die Entwicklung im Buchverlag bestimmen werden:

- 1. Die Veränderung der gesellschaftlichen Kommunikationsverhältnisse durch elektronische Netzwerktechnologie (Stichwort Internet).
- 2. Die Entwicklungen im Bereich der digitalen Drucktechnologie.
- 3. Die Liberalisierung des Buchmarktes und die Neuordnung der Vertriebswege für das Buch.
- 4. Die Dynamik der gesellschaftlichen Entwicklung, die zu neuen Verhaltensmustern im Umgang mit Kommunikations- und Informationsmedien und damit zu einem neuen Verständnis des Mediums Buch führen wird.

Riskieren wir auf dieser Basis – was soll schon passieren, die Realität kümmert sich ohnehin nicht um die Zukunftsforscher – eine Zeitsreise in das erste Jahrzehnt des dritten Jahrtausends. Wie sieht der Buchmarkt im Jahr 2010 aus?

VISION 1: keine großen veränderungen

Große Überraschung, herbe Enttäuschung? Die Welt des Buches sieht 2010 nicht ganz anders aus als heute. Es dominiert nach wie vor der traditionelle Printverlag, daneben gibt es aber den Cross-Media-Publisher, der sich auf medienneutrales Verlegen konzentriert und für alle Publikationsformen geeignete Content-Resources aufbereitet, vor allem im Bereich Multimedia. Zahlreiche Verlage sind in einem Verbund von Print- und Onlinemedien tätig, eine kleine, aber sehr aktive Gruppe hat sich aber im Bereich des reinen Internet-Publishing gebildet. Der Markt für Printprodukte zeigt sich tief -gesplittet-: Wer um die Jahresauswendige geglaubt hat, das Bestsellermarketing sei nicht mehr steigbar, wurde nachfolgend eines besseren belehrt. Seit dem Fall der Preisbindung hat das Billigbuch also noch einmal Karriere gemacht. Es ist aber bereits abzusehen, daß die auf die Produktion von Schnellschreibern spezialisierten Verlage mit ernsthaften Existenzproblemen kämpfen: Da die großen Verlage inzwischen ihre Substanzen (Rechte an Texten und Bildern) zum letzten ausgepöckelt haben, die weitere Gründung von Low-Price-Imprints nicht mehr möglich ist, die Gewinnmargen zu klein geworden sind und das Moderne Antiquariat seit langem schon verstopft und inzwischen ersäugig ruiniert ist, scheint in diesem Feld das Ende der Fahnenstange erreicht. Auf der anderen Seite fällt ein Bücherluxus in die Augen, der sich vornehmlich aus der Produktion von Kleinverlagen nährt (natürlich haben sich auch hier Konzerne mit exklusiven Labels anzuhängen versucht). Die Rangeber- und special interest-Bücher florieren immer noch, aber nur noch in ihren geläufigsten Formen. Für beachtliche Teile des Publikums ist ja das gedruckte Buch zum Edelmedium geworden, da seinen Preis haben darf – und haben soll: Im Gegensatz zu elektronischen Medien eignen sich Bücher durch ihre Aura des Wertvollen bestens als Geschenk, und Bücherschenken hat gerade Konjunktur. ☐



VISION 2: drei große konzerne und die ernüchterung

Die Entwicklung der Firmenlandschaft ist dialektisch verlaufen. Von den Megatrends des ausgehenden 20. Jahrhunderts hat sich die Tendenz zur Verlagskonzentration zunächst fortgesetzt: Die Großen sind größer geworden und haben sich viele der mittleren Unternehmen einverleibt. – besonders günstig jene, die unter wirtschaftlichen Druck geraten waren oder als Familienunternehmen Nachfolgeprobleme hatten. Ihre Namen sind aber alle noch da; die drei großen Konzerne legen Wert darauf, daß die Eigenständigkeit der von ihnen übernommenen Verlage nach außen hin erhalten bleibt. Inzwischen ist die Konzentrationsbewegung aber zum Stillstand gekommen: Es hat sich gezeigt, daß das Prinzip des »immer größere für den Buchmarkt nur bedingt geeignet ist. Die erhofften Synergie- und Rationalisierungseffekte haben sich nur in wenigen Fällen eingestellt. Auch die Idee der lückenlosen Wertungskette – die Vermarktung von Rechten, angefangen von der Hardcover-Ausgabe über Taschenbuch, Hörbuch, Lizenzausgaben, Nebenmärkte, elektronische Produkte bis zur Verfilmung – hat sich nur selten in die Praxis umsetzen lassen.

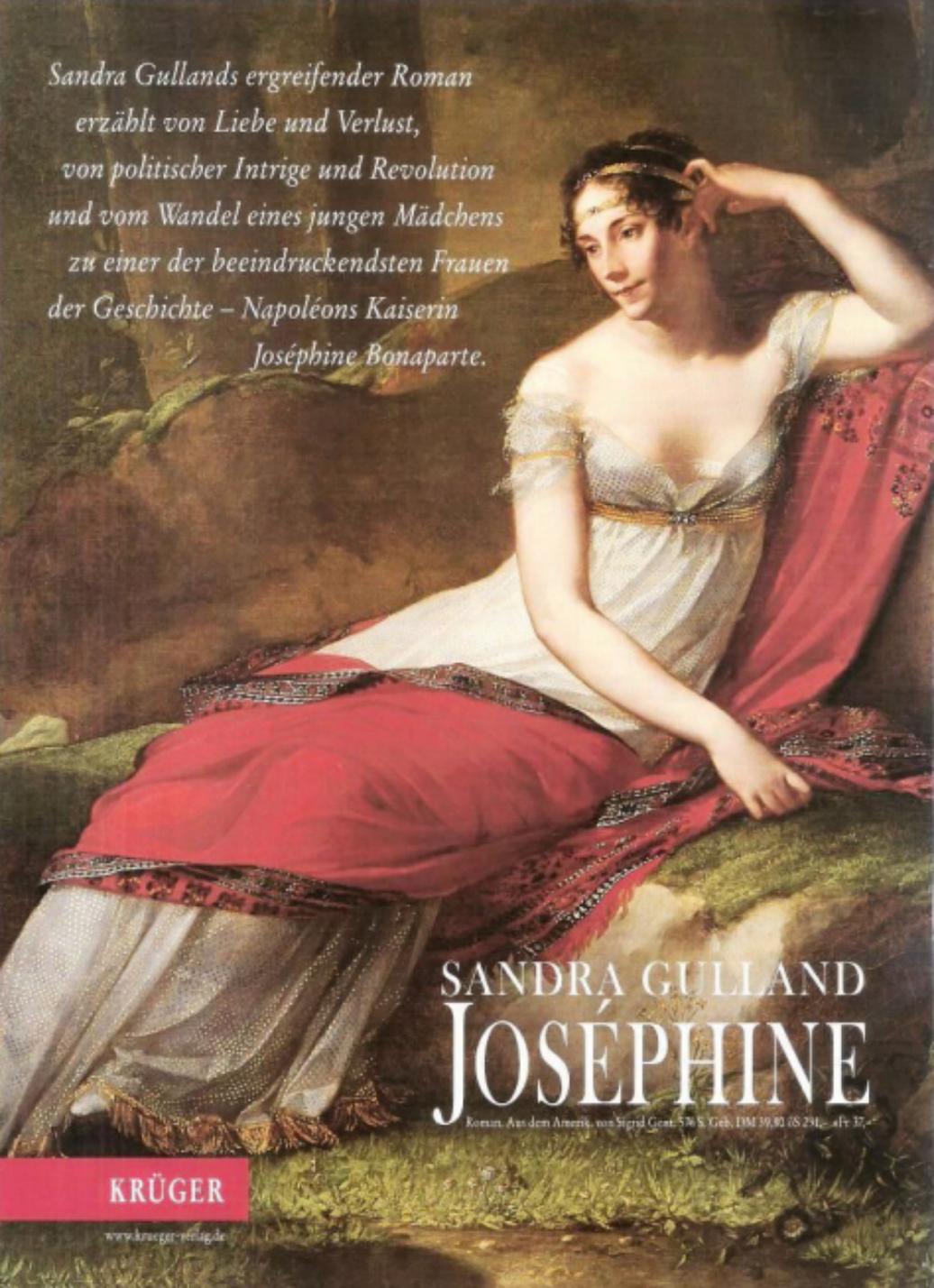
Zwar haben die Großverlage zwischen 2000 und 2005 ihre Strategien der totalen Produktanpassung, des schnellen Aufbaus neuer Produktlinien, der Produktplatzierung, der Absatzförderung durch flächendeckende Verkaufsfaktionen perfektioniert, sie sehen sich aber heute mit einem wachsendem Desinteresse der Käuferschaft konfrontiert. Der Taschenbuchmarkt hält sich noch wacker, denn das Taschenbuch hat sich – undenkbar in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts – zu einem echten Wegwerfartikel entwickelt; niemand hat Lust oder auch den Platz im Regal, sich ein zum Preis einer Zigarettenpackung erworbenes Taschenbuch nach dem Lesen aufzuheben. ☐

VISION 3: globalisierung als irrweg

Rückläufig zeigen sich im Verlagswesen auch die Globalisierungstendenzen, um die zur Jahresauswendige so große Aufregung geherrscht hatte. Die Vorstellung, internationale Märkte im Konzernzusammenhang gewinnbringend bearbeiten zu können, hat sich im Bereich des Publikumsverlags als Irrweg erwiesen. Nicht wenige Firmen wurden aus dem Konzernzusammenhang herausgelöst und agieren wieder selbständig im angestammten nationalen Umfeld. Die Firmenstene bleibt so in Bewegung, zumal Medienkonzerne ihre Buchverlage häufig wieder abstoßen und -sich auf das Kerngeschäft konzentrieren-. Sie tendieren mehr denn je dazu, ihre Aktivitäten auf klar umrissene Geschäftsfelder zu konzentrieren. Es herrscht ein permanenter Umbau, vor allem im Bereich der Fachinformation, wo – unter Beteiligung finanziell potenter Software-Unternehmen – global agierende Informationskonzerne entstanden sind, die um die lukrativsten Märkte konkurrieren. In diesen Bereichen – z. B. in der Medizin – spielt das gedruckte Buch oder die gedruckte Fachzeitschrift allerdings nur noch eine untergeordnete Rolle. ☐



*Sandra Gullands ergreifender Roman
erzählt von Liebe und Verlust,
von politischer Intrige und Revolution
und vom Wandel eines jungen Mädchens
zu einer der beeindruckendsten Frauen
der Geschichte – Napoleons Kaiserin
Joséphine Bonaparte.*



SANDRA GULLAND
JOSÉPHINE

Koran, Aus den Amerik, von Sigrid Geat, 576 S., Geb., DM 39,90 (S. 231), abt. 37

KRÜGER

www.krueger-erlag.de

VISION 4: neue vertriebswege und die renaissance des sortimentsbuchhandels

Neben der horizontalen hat sich auch die vertikale Konzentration weiter fortgesetzt: Die Verlagskonzerne haben sich eigene Distributionskanäle zugelegt, indem sie sich Groß- und Kettenbuchhandlungen einverleibt haben oder Buchverkaufsstellen im Franchise-System organisieren. Da aber einige Ketten mit jeweils mehr als hundert Läden wegen mangelnder Rentabilität schon wieder geschlossen wurden und das Netz des verbreitenden Buchhandels lückig geworden war, haben sich an einigen Orten vereinzelt wieder klassische Sortimentsbuchhandlungen gebildet. Dieser Typus war ja nach dem Jahr 2000 von seiner beispiellosen Schließungswelle betroffen gewesen. Ursache dafür war nicht nur die Freigabe der Bücherpreise; die Sortimentsbuchhandlungen herkömmlicher Art waren von den Verlagen längst als echte Engpässe erkannt worden: Weder hatten die Ladenflächen ausgereicht, um größere Teile des Titelangebots zu präsentieren (sieht man von den wenigen Buchkathäsen in den Großstädten ab, die echten »Reinlesekauf« ermöglichen), noch kamen die Sortimente an Zielgruppen heran, wie sie viele der Verlage mit ihren Programmen im Auge hatten. Die Verlage hatten daher längst begonnen, sich vom Sortiment zu lösen und in Vertriebsfragen mehr Phantasie zu entwickeln. Der größere Teil der Verlagsproduktion wird jetzt über den Online-Buchhandel vertrieben, daneben werden aber noch viele wertene Distributionswege beschränkt. Nebenrouten aller Art, Kooperationen mit verschiedensten Branchen, von Gärtnereien über Baumärkte, aber auch Joint-ventures mit großen, mitgliederstarken Organisationen, von Autofahrervereinigungen und Krankenkassen; Kreditkartenorganisationen. In jedem Fall haben Verlage jetzt das Problem der Markterschließung und -abdeckung energischer in die Hand genommen.

Das bedeutet auch, daß die meisten Verlage den früher so verpönten Direktvertrieb in großen Stil praktizieren. Die Webpages der Verlage, die lange Zeit nur Schaufensterfunktion hatten, ließen sich über Nacht mit perfekten Bestellfunktionen ausstatten. Anders als früher, als die Verlage selbst auf den von ihnen festgelegten Endverkaufspreis gebunden waren, können sie jetzt in einen Preiswettbewerb mit dem Handel eintreten und ihre Bücher notfalls auch zu Kampfpreisen anbieten. Weil Direktvertrieb übers Internet einen hohen Bekanntheitsgrad des Verlagsnamens voraussetzt, werden bei Unternehmenskäufen für Traditionsverlage gelegentlich Phantasiesummen gezahlt. ☐

VISION 5: informations-provider lösen die wissenschaftlichen verlage ab!

auch die klassischen Wissenschaftsverlage haben sich neu organisiert und verstehen sich jetzt als Information-Provider. Seit Disseruationen im Internet publiziert werden, Druckkostenzuschüsse durch öffentliche Stellen kaum noch vergeben werden und der Bibliotheksmarkt zusammengebrochen ist, konkurrieren die Verlage mit den Bibliotheken und den Recher- bzw. Medienzentren der Universitäten um die Vormachtstellung bei der Bereitstellung von Kommunikations- und Informationsplattformen. »Dynamic Documents« lautet das Zauberwort; die Wissenschaftler haben jederzeit Zugriff auf ihre Publikationen und können sie entsprechend dem Fortgang ihrer Forschungen aktualisieren; um grundlegende Arbeiten entsperren sich Fachdiskussionen, die im Netz dokumentiert sind; durch fachkundige Verlinkung von Beiträgen lassen sich aus verstreuten Einzelpublikationen virtuelle »Sammelbände« und »Zeitschriftennummern« herstellen. Gedruckte Wissenschaftsliteratur verliert jetzt zu nach und wird kaum noch akzeptiert. ☐

VISION 6: books on demand: individualisierung und personalisierung

In digitalen Zeitalter – 2010 ist es nun wirklich erreicht – wird nur das Buch gedruckt, das bereits verkauft ist; »publishing on demand« ist zum Normalfall geworden, Büchermachen einfacher denn je. Vor allem die kleinen Verlage bedienen sich virtuos der Möglichkeiten, die sich aus der digitalen Drucktechnik ergeben: Die Vermeidung des Auflagenrisikos schafft ganz neue Perspektiven; die Verlockung der Kostendegression bei höheren Auflagen reißt niemand mehr in den Ruin. Kleine und kleinste Auflagen können jetzt auf wirtschaftliche Weise erstellt werden. Die Situation wird von Verlagen genutzt, um bis dahin undenkbar Serviceleistungen anzubieten, etwa durch Individualisierung und Personalisierung der Produkte. Und: Die einfache Herstellung von Nachauflagen bedeutet das Ende des vergriffenen Buches. Die digital gedruckten Bücher können sich in qualitativer Hinsicht inzwischen sehen lassen; sogar die Umschläge halten jedem Vergleich mit früher stand. Bibliophile Leser haben sich ohnehin darauf festgelegt, ihren Büchern handgemachte Privateinbände zu vergessen; der schon fast ausgestorbene Beruf des Buchbinders erlebt einen unerwarteten Aufschwung. Die Aufstellung entsprechender Maschinen in Städten und

größeren Gemeinden (demnächst auch in allen Öffentlichen Bibliotheken; die wissenschaftlichen Bibliotheken sind schon seit Jahren damit ausgestattet) ermöglicht eine optimale Versorgung der Bevölkerung v.a. mit Fachliteratur. »Jeder Autor kann sich den Traum von eigenen Buch »entwerfen«, lautet das Motto des digital gedruckten »Book on demand«. Die rein elektronische Alternative dazu stellt das »Internet-based-Publishing« dar. Im Online-Bereich hat sich nach 2000 – der 1998 in Paris gegründete Verlag 00h00 hat Schule gemacht – eine eigene Verlagszene herausgebildet, da sich für diese schnelle und billige Verbreitung von Publikationen überraschend viele geeignete und auch absolut originelle Anwendungen gefunden haben. Die rührigsten und besten »web-Verlage« (das WorldWideWeb ist schon Geschichte) haben einige zehntausend Abonnenten, die für einen geringen Beitrag Zugriff auf Texte haben, die man anderswo nicht findet. Auch Formen des »self publishing« haben Konjunktur; private Schreiber, die keinen Verlag finden oder dies auch gar nicht erst versuchen, stellen ihre Werke einfach ins Netz. ☐



Foto: IBM

VISION 7: der buchmarkt präsentiert sich bunter denn je

Der nach 2005 ausgebrochene Boom von Verlagsgründungen hält vorentwärtig an. Aufgrund der druck- und kommunikationstechnologischen Entwicklungen ist die im Buchverlag immer schon niedrige Marktzugangsschwelle wei-

ter gesunken; dies ermöglicht die Entstehung vieler neuer Unternehmensformen, die sich in unterschiedlichsten Nischen festsetzen und dort effizienter und zielgruppenorientierter arbeiten können als die vergleichsweise unbeweglichen Großunternehmen. Der Buchmarkt präsentiert sich bunter denn je, die Vielfalt des Angebots hat, allen Unkenrufen zum Trotz, eher zu- als abgenommen (was nichts mit der Titelproduktion zu tun hat, die um ca. ein Fünftel gesunken ist). Durch das Internet hat sich die Marktinformation für alle stark verbessert, Angebot und Nachfrage finden jetzt viel besser zueinander, die kleineren Verlage profitieren davon aber relativ stärker als die größeren. Im Netz stieg ihre Wahrnehmbarkeit überproportional an, die früher vom Barsortiment ignorierten und vom Sortiment vernachlässigten Kleinverlage konnten sich mit ihren Erzeugnissen in ganz anderer Weise als früher bemerkbar machen. Das Problem des Marktzugangs hat sich also entspannt, Fragen der Kapitalausstattung sind in den Hintergrund getreten, u.a. weil Werbung fast ohne Streuverluste betrieben werden kann und sich das Internet als ideales Instrument eines One-to-one-Marketings und der Kundenbindung erwiesen hat. Da sich außerdem die Aufhebung der Preisbindung auf die kleinen Verlage kaum ausgewirkt hat, konnte sich unter diesen Voraussetzungen eine äußerst lebendige Independent-Szene herausbilden, und man sieht jetzt auch immer

klarer, warum es so kommen mußte: In der kurzen Zeit der Vorherrschaft der Konzerne (bis ca. 2007/2008) ist endgültig deutlich geworden, daß die kleinen und mittleren Verlage im Literaturbetrieb die eigentlichen Orte der Kreativität darstellen. Nur dort gelingt es, neue Autoren aufzubauen. Die innovativen Impulse entstammen regelmäßig der wildwüchsigen Kleinverlagszene, zumal die Autoren zum großen Teil in

Opposition zu den Medienkonzernen gegangen sind. ☐

VISION 8: das buch ist zu sich selbst gekommen

Einen bemerkenswerten Boom erleben jetzt hochpreisige, quasi in Handarbeit hergestellte, in kleiner Auflage gedruckte Bücher mit hohem ästhetischem Anspruch. Je aufwendiger und geschmackvoller die Ausstattung, desto sicherer kann die gesamte Auflage abgesetzt werden. Das Überangebot an billig zugänglicher Junk-Information erzeugt das Bedürfnis nach liebevoll und nach handwerklichen Gesichtspunkten hergestellten Informationsträgern. Daß man Texte druckt, statt sie im Internet zu veröffentlichen, wird als eine Auszeichnung und wertmäßige Unterstreichung dieser Texte angesehen. Schriftsteller, die auf sich halten, lassen ihre Bücher nur in gedruckter Form erscheinen.

Das Medium Buch hat, soweit steht fest, in der Kommunikationsrevolution des anbrechenden Jahrtausends einen tiefgreifenden Wandel erfahren und ist in der Konkurrenz der Medien gleichsam zu sich selbst gekommen: Das Buch wird nun als »langsameres Medium« geschätzt und empfiehlt sich für Texte, denen eine längere Haltbarkeit und bleibende Bedeutung zugeschrieben wird bzw. werden soll. Information mit rascher Verfallzeit wird dagegen vorrangig in elektronischen Netzwerken transportiert (dementsprechend wird auch die so lange beibehaltene Praxis, in der Nacht Zeitungen zu drucken und sie noch vor der Frühstückzeit flächendeckend im Land zu verteilen, inzwischen als Absurdität angesehen). Wertschätzung genießt das Buch auch aufgrund der strengeren Selektionsprozesse, die der Publikation eines Textes vorausgehen. ☐

VISION 9:

verleger: persönlichkeiten in einer schlüsselrolle

aus dem Blickwinkel des Jahres 2010 erweist sich die Figur des Verlegers keineswegs als Auslaufmodell. Logischerweise aber findet man ihn am wenigsten in Verlagsunternehmen, die aufgrund ihrer Größe und der Differenziertheit ihrer Strukturen den austauschbaren Manager oder vielmehr Managerarchivisten an der Spitze haben und haben müssen. Nur im Klein- und Mittelverlag überblickt der Unternehmer noch das Geschäft in allen seinen Details, nur dort kann er dem Programm seinen Stempel aufdrücken. Das Bedürfnis, mit einem Verlagsprogramm auch eine profilierte, unverwechselbare Verlegerpersönlichkeit zu identifizieren, hat aber im 21. Jahrhundert nicht abgenommen, im Gegenteil. Im Zeitalter eines inflationären Medienangebots benötigt jede Art von Mischung – auch das Buch – eine Art persönliche Begleitung,

vergleichbar den Fernsehanchoren, die ohne »anchorman« oder glaubwürdige Moderatorin keine Akzeptanz finden. Die anonyme Massenproduktion hat in der Buchwirtschaft nur beschränkt Zukunft. Indem der Verleger die Verantwortung für ein Programm und für jede einzelne Publikation – sei es das gedruckte Buch oder eine Webpage – übernimmt, rückt er im anbrechenden Jahrtausend, als Repräsentant des Widerstands gegen die Belegtheit von Information, in eine Schlüsselrolle.

Was also der Verleger in Zukunft sein wird? Natürlich das, was er im Glückfall immer schon war: Der souveräne Analytiker des Buchmarks; der psychologisch begabte Freund der Autoren; der meist kaltschnelkende Unternehmer; der geniale Kommunikationspolitiker im Literaturbetrieb; der unversöhnliche Investor. Natürlich kann alles ganz anders kommen. Das wäre aber auch kein Nachteil: Das Schöne an der Zukunft bleiben doch die Überraschungen. ☐



Werden wir über-
schwemmt von
einer **Flut von
Büchern**, wenn
plötzlich jeder zum
Verleger wird?

print on demand



Nie mehr vergriffen

Printing on Demand revolutioniert das Verlagswesen

CHRISTOF HAFKEMEYER

Die Zukunft des Buchhandels könnte ungefähr so aussehen: Ein Kunde kommt – nehmen wir an, im Jahr 2010 – in eine Buchhandlung und will ein Buch kaufen. Er ist einer dieser altmodischen Menschen, die sich nicht neofreunden können mit den tragbaren und taschenbuchgroßen Computern, die man überall mit hinnehmen kann und in die man sich per Internet Lesestoff hineinladen kann. Am liebsten hat er ein gedrucktes Buch in der Hand.

Nun sieht der Buchladen des Jahres 2010 aber nicht aus wie ein Geschäft beutzutage: Dort, wo einst die Regale standen, sitzen jetzt Kunden vor Bildschirmen und scrollen sich durch Listen. Im Hintergrund steht eine Maschine, die etwa so groß ist wie ein Fotokopierer. Der Leser sucht sich an einem

der Bildschirme den neuen Orisbam aus (er mag »Klassiker«), und sobald der Buchhändler die Bestellung per Mausklick bestätigt hat, setzt sich die Maschine in Bewegung. Minuten später spuckt der Riesenkopierer ein fertiges Buch aus – mit allem, was dazugehört: schön gedruckte Seiten und ein fester Einband mit Bild auf der Titelseite. Alle Bücher in der Buchhandlung der Zukunft könnten so hergestellt werden.

Visionen! Nein, das ist – zumindest teilweise – bereits Realität. Mit Printing on Demand (Drucken auf Verlangen), so heißt die neue Technik, wird sich die Verlagslandschaft verändern.

Das System ist so einfach wie sinnvoll: Von einem Buch wird eine Datei hergestellt, in der alle Informationen – Seitenanzahl, Layout etc. – gespeichert sind. Bestellt nun

ein Kunde ein Buch, das nicht physisch vorhanden ist, sondern nur im Computer, so wird der Titel auf einer speziellen Druckmaschine hergestellt. Der Umschlag wird separat gedruckt, im letzten Schritt werden Seiten und Umschlag dann zusammengefügt. In der Hand hält der Kunde anschließend ein »richtiges« Buch. Erst die modernen Printing-on-Demand-Maschinen können solche Bücher in ansprechender Qualität und vor allem zu einem akzeptablen Preis herstellen. Ein POD-Titel kostet nicht mehr als ein normales Hardcover.

Für den Kunden gibt es zwei Möglichkeiten, ein solches Buch zu erstellen. Entweder er geht in einen Buchladen und bestellt aus einem Katalog einen Printing-on-Demand-Titel. Daß es sich dabei um ein Buch handelt, das es noch nicht einmal gibt,

Foto: Axel Jäger

L I T E R A T U R U N D

Herausgegeben von
Karl-Markus Gauß

In dieser Zeitschrift wird das Modell
eines gesamteuropäischen Gesprächs
sichtbar.

Frankfurter Rundschau

Ein ausgeprägt antiprovinzieller Wille
zur Internationalität, eine Art
österreichisches Weltbürgertum.

FAZ

Diese Redaktion will nicht Trends
setzen, sie behält im Auge, was auf-
grund der Fetischisierung von Moden
und Trends dem Untergang geweiht
ist. Ihre Arbeit entspricht jener von
Archäologen des Ausgegliederten
und Unterworfenen.

Salzburger Nachrichten

Abo und Probehefte:
Postfach 167
A-5021 Salzburg

Kulturbriefe aus
aller Welt

Neue Literatur,
radikale Kritik

Dossier —
Unentdeckte
Weltliteratur

Buchkritiken und
Kontroversen

Österreichisches
Alphabet

K R I T I K



Die Druckmaschinen sind in ein Netzwerk eingebettet und arbeiten mit einem Ausstoß von bis zu 180 Seiten im Format A4 pro Minute. Beim Format A3 reduziert sich der Ausstoß auf 77 Seiten pro Minute. Bei den großen Druckstraßen können die Bücher entweder geheftet oder mit einer Thermoklebebindung versehen werden.

Was Print on Demand kostet

Das neue Verlagskonzept der deutschen Georg Lingensbrink GmbH, kurz Libri, heißt Book on Demand. Dessen Prinzipien basieren auf den in der Fertigungsindustrie schon bekannten Mechanismen der Just-in-time-Produktion. Die Technologie, die dahintersteht, hat sich bewährt. Eine digitale Druckmaschine von Rank Xerox produziert das entsprechende Buch. Für den Käufer ergibt sich dadurch auf den ersten Blick kein Unterschied. Egal ob man nun ein Exemplar oder 1000 kauft, der Preis pro Stück bleibt immer derselbe.

Nun ist Libri aber kein Förderer unbekannter und nur in Kleinauflagen bestehender Literatur. D.h. die potentiellen Autoren haben auch einen Obulus zu entrichten. Er hält sich aber in Grenzen. Zu Beginn fällt einmal eine Grundgebühr von DM 100 (51,13 €) pro Buch an. Weiters sind für 100 Seiten, wenn die Vorlagen bereits in digitaler Form existieren, je DM 60 für das Mastering, die einmalige Erstellung der digitalen Druckvorlage zu bezahlen. Wenn ein Manuskript in Papier angeliefert wird, erhöht sich die Summe auf DM 85. Optional kann auch eine ISBN-Nummer vergeben werden, damit man das Buch auch international in den Buchkatalogen findet. Weitere DM 120 sind dafür nötig. Nun sind nur mehr die reinen Produktionskosten von Pf 6 pro gedruckter Seite zu kalkulieren und man hat den Preis. Auf der Internet-Homepage

www.bod.de kann man sich schnell die tatsächlichen Kosten und auch den optimalen Verkaufspreis berechnen lassen.

Jedes Buch wird automatisch in die Buchdatenbank von Libri aufgenommen und kann von jedem Buchhändler oder direkt im Internet bestellt werden. Jetzt hat sich auch der Onlinevertrieb bucher.de dem Print on Demand Konzept von Libri angeschlossen. Angeboten werden bislang Titel von Erstautoren, Kleinverlagen oder Titel, die nicht mehr in der Backlist vorhanden waren, die also nicht mehr verkauft wurden.

In Österreich hat sich G + G Digibuch diesen neuen Segment verschrieben. Die Tochter des Hölder-Pichler-Tempsky-Verlages, einem renommierten österreichischen Schulbuchverlag, ist zuerst von Lehrplanspezifischen Schulbüchern in Kleinauflagen ausgegangen. Das Potential der Möglichkeiten wurde schnell erkannt. Man begann mit kleinen Auflagen für Schulklassen, die einen speziellen Lehrstoff benötigten. Außerdem denkt man an Hobbytynker, die ihre Gedichtbände in kleinen Auflagen vertrieben wollen, individualisierte Kinderbücher mit Namensdruck und Wunschepisoden und auch an Reprints wertvoller alter Bücher. Jedes Buch wird individuell kalkuliert. Fixpreise gibt es deshalb nicht.

Doch sind die Kosten um einiges geringer, als bei einem sogenannten Zuschußver-

lag, die wirklich stolze Summen als Druckkostenbeitrag einbeiben. Laut einem Artikel im BuchMarkt (8/99) sind Forderungen von DM 22.000 für ein Buch nicht unbedingt selten.

Nicht alles, was im Internet angeboten wird, ist aber Printing on Demand. Manchmal verbirgt sich dahinter ein Autorenerverlag traditionellen Zuschnitts und entsprechenden Kosten. So z.B. bei www.cyberbuch.de. Dort gestalten sich die Kosten etwas üppiger: „Es gibt keine generelle Preisliste da die Kosten für die Buchherstellung von verschiedenen Faktoren abhängig sind, z.B. Format, Umfang, Farbigeit, Auflagenhöhe und Anlieferung der Vorlagen, meint Helmut Jungegger von cyberbuch. Ein Buch im Format DIN A5 ohne Bilder aber mit einem farbigen Cover und einem Umfang von 300 Seiten kostet exklusive Mehrwertsteuer in der Herstellung bei einer Auflage bis 50 Exemplare ca. DM 35 pro Stück und erst bei 1.000 Exemplaren reduziert sich der Preis auf ca. DM 10 pro Stück. Da ist die grafische Umsetzung von pauschal DM 150 noch richtig moderat. Die Texte müssen auf Datenträger beige stellt werden. Den Vertrieb erledigt man selbst. Kostenlos gibt es eine Werbung auf der Homepage von cyberbuch. Aber man bietet noch die Einrichtung einer Autoren-Homepage an, auf der Leseproben angeboten werden können. Und dafür fallen natürlich auch wieder neue Kosten an.“



tagstips als Buch aufzulegen. Die digitale Aufbereitung kostet wenig Geld. Und wer die Gestaltung des Covers selbst übernimmt, braucht nur ein paar hundert Mark auszugeben, um seinen Traum zu verwirklichen.

Auch Libri leitet die Leser, die einen POD-Titel bestellen wollen, an seine Internet-Plattform weiter. Dort sind mehrere hundert Buchhandlungen angeschlossen, über die der Vertrieb abgewickelt wird. Und noch einen Vorteil hat das Libri-System: Alle Titel werden sofort in den Basortimentskatalog aufgenommen und können somit von allen etwa 5000 Buchhandlungen in Deutschland bestellt werden.

Das eigentlich Positive an der neuen Technik ist allerdings nicht die Flut von Mächtigem-Hemingways, die in Zukunft den Markt mit ihren unektorisierten Werken überschwemmen werden. Viel nützlicher ist das System für kleine Publisher, die immer nur Auflagen von weniger als 1000 Exemplaren drucken lassen, und für Verlage, die damit ihre Backlist lieferbar halten wollen. In Deutschland erscheinen pro Jahr fast 80.000 Neuerscheinungen. Alle anderen Bücher zählen zur sogenannten Backlist und liegen in Lagern beim Buchhändler oder Verlag. Ist nun eine Auflage nach Jahren endlich abverkauft, stellt sich für den Verlag die Frage, ob er den Titel nachdrucken

oder als vergriffen melden soll. Mit Printing on Demand wird ihm diese Entscheidung abgenommen: Ist ein Buch ausverkauft, stellt der Verlag eine digitale Vorlage her und lagert sie auf einem Rechner. Auf Verlangen ist das Buch verfügbar. Der Verlag hat somit kein totes Kapital im Regal liegen

oder muß nicht die zuviel gedruckten Exemplare veramschen. Theoretisch wird es in Zukunft nicht mehr die Auskunft geben, das Buch sei vergriffen.

Printing on Demand lohnt sich wirtschaftlich nur bei Kleinstauflagen oder Einzeldrucken. Bücher von Bestsellerautoren wie John Grisham, die in einer hohen Auflage erscheinen, werden kostengünstiger nach herkömmlicher Art gedruckt – wahrscheinlich auch im Jahr 2010. Und deshalb werden in den Buchhandlungen der Zukunft auch weiterhin Bücher stehen.

merkt er gar nicht. Denn wie bei herkömmlichen Büchern üblich, liefert der Buchhändler ein POD-Exemplar innerhalb kürzester Zeit. Nur mit dem Unterschied, daß das Buch beim Basortiment nicht mehr physisch im Regal liegt, sondern erst gefertigt wird, wenn die Bestellung eingeht.

Als zweiter Vertriebsweg fungiert das Internet. In den USA bietet zum Beispiel die Firma ToExcel (www.toexcel.com) vor allem kleinen Verlagen und Autoren an, ihre Bücher nach diesem System zu publizieren. In einem eigenen Bookstore können Kunden bestellen, geliefert werden die Titel frei Haus.

Auch das Basortiment Libri aus Hamburg, in Deutschland einer der Vorreiter für das neue Produktionsverfahren, hat eine Website eingerichtet, auf der für das haus-eigene Printing on Demand-Verfahren – genannt Books on Demand – geworben wird. Die Dienstleistung ist nicht nur für Verlage gedacht, sondern beispielsweise auch für Autoren, deren Bücher sonst keine Chance hätten, veröffentlicht zu werden. Auch Buchhändler werden aufgefordert, ihre Kunden zu animieren, ihre Memoiren oder All-

*Nicht nur hoffnungs-
volle Jungautoren,
vielmehr Kleinverlage
nützen »Print on
Demand«*



Alles geschieht digital. Zuerst muß der Text in die richtige Form gebracht werden, um später in einer Reihe von Titeln im Internet zur Verfügung zu stehen.

Buch auf Abruf

Im deutschsprachigen Raum ist **Print on Demand** noch neu. In Schweden ist man bereits abgeklärt

Für Schweden ist Print on demand nichts Neues, meint der Literaturhistoriker Erik Peurell. Vor einigen Monaten hat er eine Studie über die schwedischen Verlage, die in diesem Bereich tätig sind, abgeschlossen. Vier Projekte sind momentan im Laufen. Startschuss war 1997. Drei Schriftsteller haben damals das erste Projekt in dieser Richtung vorgestellt: Peter Curman, der frühere Sprecher des schwedischen Schriftstellerverbandes, Jan Myrdal, ein politischer Autor und Lars Forsell, Mitglied der Schwedischen Akademie. Zusammen mit der auf digitalen Druck spezialisierten Druckerei Arkitektöpa Color

Center präsentierten sie einer verblüfften Öffentlichkeit die Möglichkeit Bücher digital in allen möglichen Auflagen zu drucken und sie über das Internet zu vertreiben. Um dieses Projekt in Gang zu bringen hat jeder der Autoren einige Bücher dazu beigezeichnet. Es folgte eine heftige öffentliche Diskussion und viele verstanden diese Initiative als ein Aufstand gegen die Verleger. Die Autoren hatten aber ganz etwas anderes im Sinn. Sie sahen darin die Möglichkeit, die ganze schwedische Literatur als Backlist im Internet zur Verfügung zu stellen.

Books on Demand: Schnell fand diese Idee Nachahmer. Das erste Projekt war Books on Demand. Es ist eine Tochterfirma einer Druckerei und bietet die digitale Umsetzung von Texten und den Vertrieb über das Internet an. Potentielle Autoren müssen aber die Druckkosten aus eigener Tasche bezahlen, denn die Firma trägt keinerlei finanzielles Risiko. Auch übernimmt Books on Demand keine Verantwortung über die Inhalte der verlegten Bücher. Bisher wurden 23 Bücher produziert, darunter fünf Anthologien.

Podium: Das andere Projekt nennt sich Podium. Beteiligt sind verschiedene schwedische Gesellschaften, darunter die schwedische Buchhändlervereinigung, die königliche Bibliothek, der Schriftstellerverband Ost und der Verlag En bok för alla (Ein Buch für alle). Eine Kulturfonds gab eine finanzielle Seahilfe und man begann im Januar 1998. Ihre Verlagstätigkeit basiert auf zwei

Schienen. Zuerst die Klassiker oder Titel die von Verlegern nicht mehr nachgedruckt werden und dann Originaltexte. Allerdings werden dabei nur Texte von Mitgliedern des schwedischen Schriftstellerverbandes oder dem Schriftstellerverband Ost verlegt.

Noch in einem weiteren wichtigen Punkt unterscheidet sich Podium von Books on Demand: Die Bücher werden zwar über das Internet angeboten, doch nur über den traditionellen Buchhandel vertrieben. Vielleicht werden die Buchhändler später einmal eine eigene Vervielfältigungsmaschine im Geschäft haben, doch bislang geben sie die Bestellungen weiter.

Bislang hat Podium 11 Titel verlegt und davon nur zwei Originalausgaben. Diese magere Ausbeute wird damit begründet, daß zuerst eine intensive Aufklärungsarbeit geleistet werden mußte, damit die Autoren in der Lage waren, verarbeitbare Texte zu erstellen. Viele Autoren hatten oder wollten nicht mit einem Computer arbeiten.

Drama Direkt: Das dritte Projekt ist Drama Direkt und wird vom schwedischen Verband der Theaterautoren getragen. Alle Mitglieder können ihre Stücke digital anbieten. Der Vertrieb basiert auf zwei Arten: man kann sich ein Stück als Print-on-Demand Buch ordern, Theater hingegen können mit einem Paßwort den Text am Computer lesen oder sich ausdrucken lassen. Bislang ist das

Projekt sehr erfolgreich und hat von allen Projekten die längste Backlist mit 87 Titeln. Schließlich sollen über Drama Direkt alle Stücke, die auf schwedisch geschrieben oder ins Schwedische übersetzt wurden, abrufbar sein.

Instant Book: Das vierte Projekt nennt sich Instant Book. Zwei wichtige Punkte der Verlagsarbeit werden hier ausgelagert, nämlich die Selektion und das Marketing. Jeder kann hier ein Buch verlegen, doch für das Marketing und den Verkauf ist man selbst zuständig.

Bislang läßt sich sagen, daß der Print-on-Demand-Sektor den Buchmarkt beileibe nicht konkurrenziert, sondern ergänzt. Auch kommen einige neue Impulse aus dieser Ecke, denn rund ein Drittel der veröffentlichten Bücher stammt von Autoren, die das erste Mal ein Buch veröffentlicht haben, die anderen Titel stammen zum größten Teil von Autoren, deren Manuskripte abgelehnt wurden oder die Probleme mit ihren Verlegern haben. Print on demand ist demnach eher ein Medium, wie Pierre Bourdieu meinte, für Autoren aus den Randbereichen der Literatur.

Eric Peurell zog ein Resümee aus seiner Studie: Die Print-on-Demand-Verlage offen für jeden sind, entwickelt sich keine Auswahlkompetenz und insofern eine Unsicherheit bei den Lesern. Außerdem sind die Bücher nicht billiger als jene Bücher, die im gewohnten Verfahren gedruckt wurden. Für den Buchkäufer ergibt sich dadurch keine Alternative. Eine Möglichkeit bestünde sicher in der enotenen Erweinerung der Backlist und im Bereich Experimentalliteratur und Lyrik. Die schwedischen Verlage nehmen teilweise Mischformen im Print on Demand Sektor ein, da oftmals eine große Mindestanzahl als Abnahme verlangt wird und nicht nur gedruckt wird, wenn die Bestellung vorliegt. □

Internetadressen in Schweden:

Hier kann man sich näher über die Situation in Schweden informieren. Teilweise sind die Texte auch auf Englisch.

www.swepod.com
www.books-on-demand.com
www.periskop.com

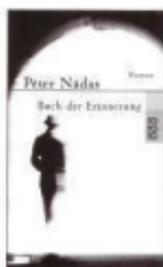
*Texte digital, in jeder
Auflagenhöhe. Die
Möglichkeiten sind
immens vielfältig*



Schwerpunkt Ungarn auf der Frankfurter Buchmesse – die bedeutenden zeitgenössischen ungarischen Autoren Imre Kertész und Péter Nádas sind mit ihrem (Klarer bei nous, Rowohlt – Berlin) und Rowohlt vertrieben. 2293/DM 14,90/US 10,-/Afr 14,-



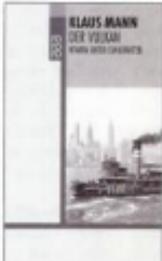
Imre Kertész' literarische Erstveröffentlichung von Ausbruch ist wieder wertend noch dringend. «Der überlegende Roman über den Holocaust, der sich denken läßt. Ein Werk der Welterstzeit.» Die Zeit 2293/DM 14,90/US 10,-/Afr 14,-



«Ein gewaltiges Vorhaben und ein gewichtiges Ergebnis: Mit seinem Buch der Erinnerung hat Peter Nádas nichts Geringeres als eines unserer Geschichte unserer von Ideologen gezeichneten Jahrhunderts verstrickt.» F.F.Z 2298/DM 24,90/US 18,-/Afr 25,-



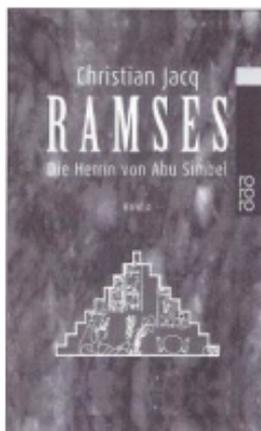
Budapest 1937: Jedes Abend wird das «Lied vom traurigen Sonntag» bei dem jüdischen Gastronomen Szabo gespielt. Auch Geschichtsschreiber Wiedez entsteht. Im Krieg kehrt er als SS-Mann zurück. 2263/DM 14,90/US 10,-/Afr 14,-



Klaus Manns bedeutende literarische Chronik der antifaschistischen Emigration erschien 1939. Nun hat Ottokar Runze das einprägnante Panorama von Exil-Schicksalen mit Nina Hoss und Meno Becker verfilmt. 2295/DM 19,90/US 14,-/Afr 18,-



Filmbuch – Helmut Kraussers Roman ist eine beeindruckende Hommage an die Gulas und ihre überirdische Musik. «Ein tolles Buch.» Post. Bernd Eichinger hat den Roman verfilmt. 2264/DM 14,90/US 10,-/Afr 14,-

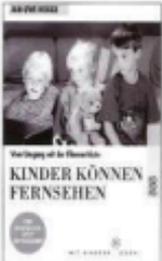


2204/DM 19,90/US 14,-/Afr 18,-

Pharao Ramses II., einer der größten Herrscher der Weltgeschichte. Die grandiose Romanbiographie des international bekanntesten Ägyptologen Christian Jacq – Band 4, «Die Herrin von Abu Simbel». «Kenntnisreich und genau, ein phantasiericher historischer Roman.» *Brigitte*



Ideen und Visionen – Spitzenmanager, Politiker, Künstler, Natur- und Sozialwissenschaftler haben ein Buch für eine Welt voller Chancen erarbeitet, das Mut macht für die Zukunft. Es gilt, das Neue herbeizulassen. 4078/DM 19,90/US 14,-/Afr 18,-

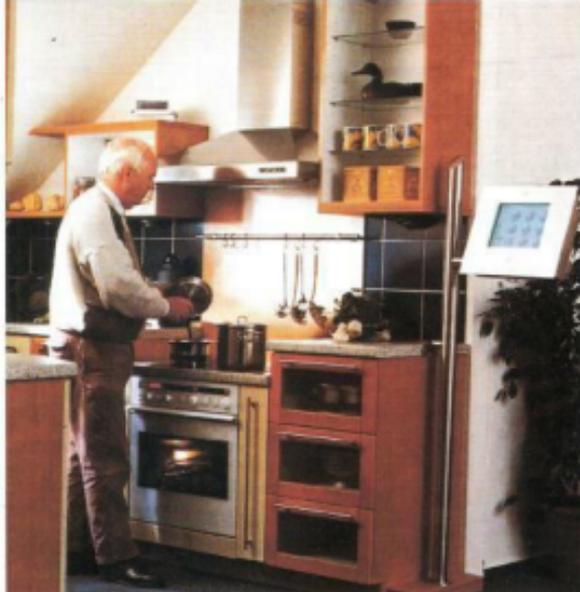


Gewalt, Werbung, Müll: Kinder sehen so einiges. Fragend auf der Menschenscheibe. Bestseller-Autor Jan-Uwe Rogge zeigt, wie man gelassen mit der Flimmerei umgehen kann. Mit 100 Videoclip-Beispielen. 4075/DM 16,90/US 12,-/Afr 16,-



Pop-up-Buch zum Selbstmachen: Die charmante Geschichte von Fräulein Pop und Mrs. Up, die sich zu ihrer ganzen Schönheit entfaltet, nachdem man das Buch zerstampelt und neu zusammengebaut hat. 2096/DM 22,90/US 16,-/Afr 21,-

Informationen zu weiteren Neuerscheinungen finden Sie in der Rowohlt Revue, kostenlos im Buchhandel, und im Internet: www.rororo.de



Der Herd kocht selbständig auf Befehl des Kochbuch von der CD-ROM weg.

Neue Perspektiven für Verlage

Sachbuchverlage haben ein klares Ziel: Sie werden zu Medienunternehmen

TOBIAS HIERL

Wenn ein Verlag ein Kochbuch auf CD-ROM herausgibt, so ist das nichts Besonderes mehr. Vielleicht sind die Rezepte besser, die Videos interessanter und das Handling einfacher, doch die Feinheiten interessieren hier weniger. Wenn hingegen ein Verlag in Zusammenarbeit mit einem großen Konzern eine CD auf den Markt bringt, die nicht nur Rezepte vorschlägt, sondern den Herd in der Küche dazu bringt, sie nachzukochen, so ist das schon etwas anderes.

Mit ihren ersten CD-ROMs beimsten Gräfe und Unzer zwar gute Kritiken ein, doch resümiert Frank Häger, „die Kundenakzeptanz war nicht so groß, wie wir erwartet haben.“ Heraus kam etwas, was man einen „annehmbaren wirtschaftlichen Erfolg“ nennt, jedoch nichts was einem zu beachtenden Perspektiven verleitet hätte. Nun wurden die Zielgruppen neu defi-

niert und die potentiellen Möglichkeiten ausgelotet.

Die erste Zusammenarbeit mit Bosch betraf den Bereich Autonavigation: bei der Tochterfirma Blaupunkt und jetzt erhalten alle Käufer eines Audi und eines Navigationsystems eine CD-ROM, die auf der Meridian-Datenbank beruht. „In dieser Art von Kooperation liegt die Zukunft“, meint man bei Siemens. Es geht darum, das Fachwissen zu Themen wie Kochen, Gesundheit, Basteln oder Energie der „Medienunternehmen“ wie Gräfe und Unzer zu nutzen und zu integrieren, hofft man bei Siemens weiter auf eine enge Zusammenarbeit.

Das erste Produkt, eine CD-ROM mit dem Titel „Kochvergnügen interaktiv“ ist einerseits eine normale Multimedia-CD, die über jeden PC betrachtet werden kann, andererseits wird sie in Kombination mit dem Home Electronic System von Siemens

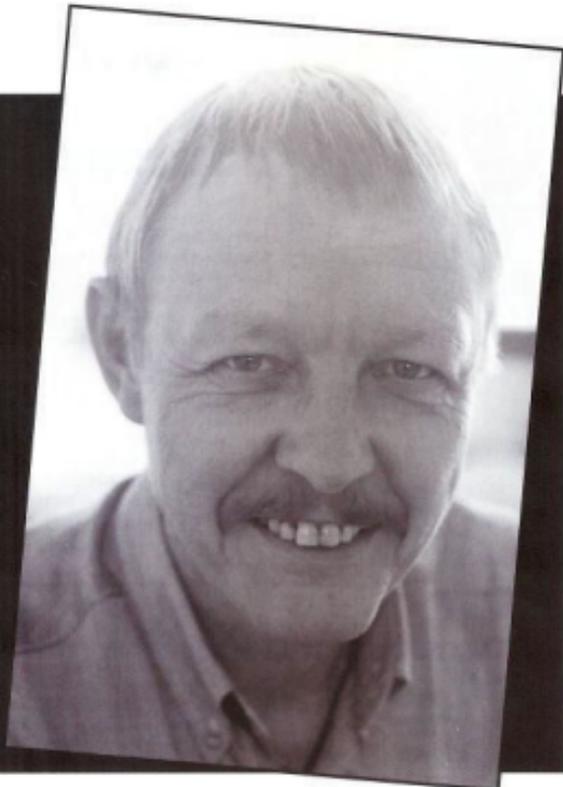
zu einem Steuerinstrument, das die aktuellen Möglichkeiten des modernen Kommunikationszeitalters auslöst.

Nachdem man sich Rezepte ausgewählt hat, überträgt ein Fingertrip oder Mäuslick auf dem Bildschirm die nötigen Einstellungen, wie z.B.: Heizarten, auf die Herdsteuerung. Der Herd wurde nach langer Entwicklungsphase heuer vorgestellt und ging in Serie. Eine Einschränkung ist zu machen: das Haus in dem dieser Herd seine Kochdienste verrichtet, muß zu einem intelligenten Haus werden. Mit anderen Worten, eine Art Datenleitung, der Instabus, verbindet alle Hausgeräte mit einer zentralen Recheneinheit, einem Computer.

Auch die Entwicklung der CD-ROM war nicht einfach, denn zuerst einmal „hat alles viel länger gedauert, als geplant“, kommentiert Frank Häger, Geschäftsführer von Gräfe und Unzer für Programm und Marketing.

Aber die weiteren Perspektiven der Zusammenarbeit sind für ihn auch klar. „Wir haben ein ausgesprochenes Markenmarktdenken und bieten unsere Produkte dort an, wo der Kunde ist.“ Die CD-ROM ist nämlich auch über den Elektrofachhandel zu beziehen, der auch Hausgeräte von Siemens führt.

Anders ausgedrückt ist ein traditionelles Kochbuch auch nicht viel mehr als ein Kompendium vieler Informationen zum Thema Kochen. Wenn man nun die haptische Erfahrung des Blätters einmal vergißt, geht es um pure Informationen, die einfach stimmen müssen oder zumindest sollen. Auf welche Art und Weise und auf welcher Ebene nun diese Kochinformationen vertrieben werden, ist aber zweitrangig. Deshalb kann Häger auch sehr klar erklären: „Wir wollen Marktführer für Kochinformationen sein, egal mit welchem Medium. Deshalb müssen wir natürlich überlegen, in welchem Bereich diese Informationen vertrieben werden und dementsprechend reagieren.“ Die CD-ROM war der erste Schritt, doch bei Siemens spekuliert man für die Zukunft mit einem Online-Zugriff vom Herd über die Hausautomatisierung ins Internet. Rezepte kämen dann von einer riesigen Rezeptdatenbank aus dem WorldWideWeb. Und betreut würde die Datenbank wahrscheinlich von Gräfe und Unzer. □



Ich bin kein modischer Mensch

Der **Verleger klassischen Zuschnitts** wird nicht aussterben, ist sich zumindest Vito von Eichborn sicher

DAS INTERVIEW FÜHRTE TOBIAS HIERL

Buchkultur: Herr Eichborn, wie stehen Sie zu den Veränderungen in der Verlagslandschaft, zu den geänderten Produktionsbedingungen und der Tendenz, daß sich Verlage als Informationsdatenbanken verstehen?

Vito von Eichborn: Ich bin kein modischer Mensch. Ich verlege Bücher. Das ist ein Thema für Sachbuchverlage, wie beispielsweise Falken oder den Chronik Verlag. Letztere waren sehr erfolgreich mit ihrer Arbeit und ließen Datenbanken von Studenten erstellen. Das klappt aber in unserem Verlag nicht. Sicher gibt es Kollegen, die erst über das Marketing zu einem Titel finden. Dafür braucht man dann aber Handwerker und keine Autoren. Aber nichts gegen Handwerker. Mir macht es noch Spaß, Menschen zu treffen, die etwas können.

Buchkultur: Verschlechtern sich nicht die Situation für die Autoren, wenn sie zu Infoleasanten werden und vielleicht einmal ein Buch daraus wird?

Bücherschreiben hat ein hohes Sozialprestige. Es wird keiner gezwungen dazu, die Autoren können auch etwas anderes machen, wenn man sich aber darauf einläßt, darf man nicht erwarten, damit reich zu werden. Beim Büchermachen steckt viel Initiative drin. Wenn Geld zu holen wäre, hätten sich schon Konzernse darum gekümmert.

Buchkultur: Es gibt doch große Verlage, und da kann man nicht behaupten, die würden kein Geld damit machen?

Sicher, doch diese Konzerne sind von innen heraus entstanden. Kein Unterschmer ist hergegangen und hat gesagt, jetzt wollen wir Geld machen und machen deshalb einen Verlag. Bei den Verlagen ist die ökonomische Luft zu dünn, aber es ist schön, sein Hobby zum Beruf zu machen, deshalb dürfen wir nicht jammern. Enzensberger sagte einmal, er wäre glücklich, Gedichte zu schreiben und wenn er dafür auch noch Geld kriegt, um so besser.

Buchkultur: Sie haben gesagt, die Konkurrenz wurde schärfer, doch ist die Konkurrenz nicht auch deshalb stärker geworden, weil es heute viel mehr Bücher aus dem Niedrigpreissegment gibt?

Das haben wir doch selbst gemacht. Ich

möchte mal die Frage umdrehen, wir lamentieren über zuviel Schock am Markt, doch den braucht eigentlich keiner, allerdings gibt es viel zu viele gute Bücher. Mehr Bücher, als ich jemals in meinem Leben lesen kann. Das ist ein Problem.

Buchkultur: Das ist doch schon immer so gewesen. Schon vor Jahrzehnten konnte man mit den Neuerscheinungen nicht mehr mithalten.

Im letzten Jahrhundert lamentierte der Buchhandel über die „Gartenlaube“ und andere Zeitschriften, sie würden die Buchleser wegnehmen, genauso war es beim Radio, später beim Fernsehen, und bei den Neuen Medien ist es wieder dasselbe. Allerdings: Je neuer das Medium ist, desto stärker konnte es ökonomisch wachsen. Die Bücher hingegen haben trotzdem beständig zugelegt, jährlich um 2 bis 3%. Bei der Belletristik haben wir aber ein Problem, deren Anteil geht zurück, und zwar seit drei Jahren real von 13 auf 11%. Die Vertreter kommen von den Buchhandlungen zurück und melden, Belletristik geht nicht. Ausnahmen bestätigen die Regel, doch wichtig ist, daß Qualität und Verkaufszahl zusammenfallen. In diesem Fall könnten wir sogar teurer werden, weil es davon weniger gibt.

Buchkultur: Wie stehen Sie zu Printing on Demand?

Das spielt keine Rolle für uns. Ein Buch, das keine 2000 bis 3000 Exemplare kriegt, lohnt sich nicht. Das Drucken ist bei einer Produktion der geringste Kostenfaktor. Wichtiger sind die Kosten für Lektorat, Übersetzungen und so. Außerdem ist die Vertriebsarbeit der relevante Bereich, um ein Buch unter die Leute zu kriegen. Das fällt bei Printing-on-Demand weg. Wenn man sich vorstellt, der Buchhandel bekommt bis zu 45 und 47% Rabatt, der Sortimenter oder die Kaufhäuser nehmen an die 50%, was bleibt für den Verlag und die Autoren da noch übrig. Für wissenschaftliche Publikationen lohnt sich book on demand, das heißt, wenn man Bücher teurer machen will, bei Belletristik hingegen nicht.

Buchkultur: Sie sagen also, bei den Publikumsverlagen wird sich nichts ändern?

Es wird sich kaum was ändern. Diese E-Books sind doch Kokolores. Für Romane

Jeder Verleger träumt von Bestsellern, doch die kann man nicht machen, die entwickeln sich.

und Biographien brauche ich das herkömmliche Buch. Bücher sind immer etwas für Minderheiten gewesen. Wozu soll man Handke lesen, man kann wunderbar ohne Handke leben, aber eine Minderheit interessiert sich eben dafür, und für die ist das Buch das geeignete Medium.

Buchkultur: Es gibt doch genug Bücher, die hohe Auflagen erzielen?

Jeder Verleger träumt von Bestsellern, doch die kann man nicht machen, die entwickeln sich. Auf die hofft man, und wenn ich zwischen 5000 und 8000 Exemplaren verkaufe, ist das ein Erfolg. Für den Alltag gilt für mich aber das Schwarzbrot, aber ich mag gerne Schwarzbrot. Warum soll es einem Buch aus unserem Verlag besser gehen als anderen. Die Bücher aus anderen Verlagen werden auch mit Herzblut gemacht, da steckt auch viel Arbeit dahinter. Wichtig ist, daß wir unabhängig arbeiten können. Es wäre für mich eine schreckliche Vorstellung, wenn ich Rücksichten nehmen müßte.

Buchkultur: Wird sich Ihr Verlag ins Internet engagieren?

Damit habe ich nichts am Hut. Der Verkauf über Internet lohnt sich nicht. Es ist für mich ein Arbeitsinstrument. Ich kann mich

Vito von Eichborn

Der Geschäftsführer des Europa Verlages, der zu der Senator Film AG gehört, möchte die Verbindung zwischen Büchern und Filmen enger gestalten. Filmbücher seien eine Lücke am Markt und Content-Providing sei die Perspektive des Konzerns, erklärte er in einem Interview. Schon mit dem Eichborn Verlag, den er 1980 gründete, hat der ehemalige Lektor des Fischer Verlages gezeigt, wie mit einem bunten Programm, einer Mischung aus Weltliteratur, Sports-Büchern und Humor ein sehr lebendiger etablierter Verlag entstehen kann.

bei US-amerikanischen Verlagen aus erster Hand informieren, dadurch werde ich beweglicher. Wir haben keinen Agenten, der mit einem Fuß in der Tür bei amerikanischen Verlagen steht, doch durch das Internet wird die Chancengleichheit größer.

Buchkultur: Es gibt aber doch einige Verlage, die ihr Programm im Internet präsentieren?

Mit dem Internet geht es mir wie mit der Videokunst in den 60er Jahren. Ich habe es mir angesehen, doch hat es mich nicht interessiert. In einem einzigen Fall habe ich zu einem Autor gesagt, ich stelle dich ins Netz. Der hat so aggressiv geschrieben, da kann man nicht zum Atemholen. Wenn man jede Woche aber ein zwei neue Seiten liest, ist das gut, doch in Buchform hat das keine Chance.

Buchkultur: Sie beschäftigen sich doch nicht nur mit Büchern?

Wir müssen vernetzt denken, das ist richtig. Das Crossover hat seine Richtigkeit. Im Moment rede ich zum Beispiel mit drei Autoren über Film und Buch gleichzeitig. Man muß eben Events herstellen. Ein gutes Buch ist ein Nullargument. Strecke ich eine Viertelmillion in die Werbung oder habe ich eine Fernsehshow, sind das sehr wohl Argumente. Deshalb muß ich Gründe herstellen, damit die Buchhändler ein Buch auch nehmen, weil sie es eben verkaufen können.

Buchkultur: Gibt es dafür von Ihrer Seite ein konkretes Beispiel?

Nächstes Jahr gibt es einen Film vom Vilsmeier. Titel „Marlene“. Ich mache mit ihm das Buch zum Film, und ein anderer Autor macht für mich eine Biographie über „Marlene“. Für zwei Bücher kann ich mehr tun als für eines. Aber sonst mache ich noch immer Bücher und stelle sie in die Landshäuf. Bücher mit einem guten Inhalt sind mir immer noch am liebsten. □

Ein Buch in vielen Sprachen –
der englische Packager Dorling Kindersley
zeigt es vor.

Packager

Die Helden der
Bücherzunft

HOLGER EHLING

Sie sind zweifellos die unbesungenen Helden der Bücherzunft: die Packager. Jedenfalls, was die Öffentlichkeit angeht. Denn erstens verrät kaum ein Verlag, daß das wunderschöne Buch, das sein Siegel trägt, gleichsam als Fertigprodukt eingekauft wurde. Und zweitens sind Packager zumeist in Segmenten der Branche tätig, die vom noblen Feuilleton gemieden werden.

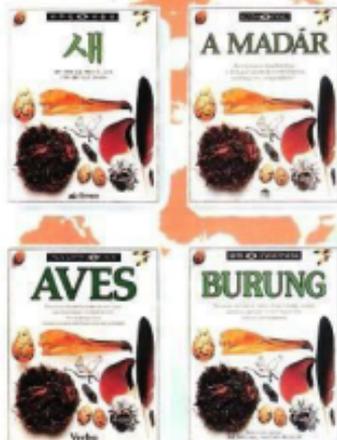
Illustrierte Bücher, vom Medizinatlas bis zum Photobuch, sind ihr besonderes Tumfeld, an Literatur wagen sich nur sehr wenige, und wenn, dann geht es dabei eher um Mills & Boon als um Nachfahren der Blechtrömmel.

Packager, das sagt schon der Name, sind argoamerikanischen Ursprungs: In den USA und besonders in Großbritannien gingen Verlage schon in den sechziger Jahren dazu über, mehr und mehr ihrer Tätigkeiten auszulagern und sich selbst vor allem auf Programmwahl, Vertrieb und Marketing zu konzentrie-

ren. Dies war die Chance der Packager, die damals noch gar nicht wußten, daß sie einmal so heißen würden: Irgendwo zwischen den Rollen von Autor, Agent und Verlag angesiedelt, fingen findige Büchermacher an, Verlagen fertige Buchprojekte als »Package«, anzubieten, denen lediglich der Stempel eines renommierten Verlagszweiges als Gütesiegel fehlte. Heute kommt kein größerer Verlag, so er denn illustrierte Bücher produziert, an Packagern vorbei.

Das Geschäftsprinzip ist ebenso simpel wie überzeugend: Bevor ein Packager ein Buchprojekt angeht, werden intensive Marktanalysen angestellt. Nur wenn ein Produkt tatsächlich auf eine große Kundschaft hoffen darf, wird es angegangen. Das Risiko der Produktion trägt der Packager weitgehend selbst – bevor ein Verlag ein Buch einkauft, muß es ein gutes Stück über die Konzeptphase hinausentwickelt sein. Ganz fertig ist es selten: Verlage nehmen durchaus Einfluß auf die letztgültige Gestalt dessen, was unter ihrem Namen veröffentlicht wird.

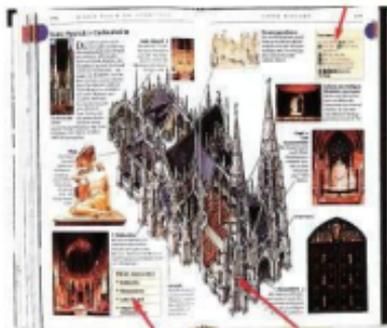
Der Erfolg der Packager im Segment der illustrierten Bücher ist aus den spezifischen Anforderungen, die solche Titel stellen, zu erklären: in einem durchschnittlichen Kunstführer oder Nachschlagewerk sind Hunderte von Abbildungen enthalten – und für jede einzelne müssen Abdruckrechte gesichert werden, die Beschreibungen müssen genau überprüft werden. Das kostet Zeit, Geld und vor allem Personal. Die Vorteile für den Verlag liegen auf der Hand: Ein Fertigprodukt zum Festpreis und die geringstmögliche Bean-



spruchung des Personals. Für Packager wird das Geschäft interessant, wenn nicht nur ein Auftraggeber, sondern gleich mehrere in verschiedenen Ländern das Buchprojekt einkaufen: Der größte Teil illustrierter Bücher wird in Co-Editions hergestellt, bei denen Druckvorlagen und Filme für die Illustrationen einmal hergestellt und häufig verwendet werden. Lediglich der »Gruwert«, der Text, wird in der Übersetzung individuell hinzugefügt.

Die Einkahr interaktiver Medien in die Verlagsindustrie hat der Spezies der Packager zusätzlichen Auftrieb gegeben: Gerade Großverlage scheuen sich häufig, eigene Abteilungen für die Entwicklung von CD-ROMs oder DVDs einzurichten – die beim Spezialisten eingekaufte Scheibe in Konzernverpackung ist da eine kostengünstigere Alternative. Was uns zum Schluß bringt: Packager werden in den kommenden Jahren ihre Bedeutung im Verlagswesen wohl deutlich ausbauen können. Denn die Branche ist noch im Zwergerstadium: Der Katalog der letztjährigen Frankfurter Buchmesse listet gerade einmal 96 Unternehmen, die sich als Packager bezeichnen. Diese Zahl wird kräftig wachsen. Denn der Service, den die Packager bieten, ist das, was die Branche benötigt: Flexibilität, Kreativität und der Zwang, kundenorientiert, leserorientiert zu denken. Verlagskonzerne können sich durch den Rückgriff auf Packager auf ihre Verkaufs- und Marketingkompetenz konzentrieren. Wodurch langfristig auch ein atmosphärisches Problem gelöst werden dürfte: Der nadelgestreifte Kostenrechner wird den Anblick des schlupflosen Kreativen immer seltener ertragen müssen. Und alle werden glücklich. □

Aufwendige Gestaltung und zahlreiche Illustrationen: Das rechnet sich bei einer internationalen Vermarktung. (Am Beispiel von VIS A VIS-Reiseführer)



Bücher über Bücher

Es gibt mehr **Bücher über Bücher** als über einen anderen Gegenstand, soll Montaigne gesagt haben. Das gilt auch heute noch.

Deshalb einige neuere Titel zum Thema



werden damit nicht möglich, wohl aber ein effizienter Umgang mit Informationen.

Ein sehr persönliches Buch **Das Buch meines Lebens** basiert auf

einer Radioserie des österreichischen Senders Ö1. In kurzen Essays erzählen Ruth Klüger, Milo Dor oder Peter Rosen über ihre Lebensbücher, jene Bücher, die sie ein Leben lang

begleiteten und die ihnen vielleicht das erste Mal überhaupt den Kontakt zur Literatur ermöglichten. Der zweite Teil des Buches besteht aus einer Umfrage unter Schriftstellern, Politikern und Wissenschaftlern, wie sie mit ihrem Lebensbuch umgegangen seien. Teilweise witzige originelle und animierende Antworten, teilweise eher öde Kommentare, z.B. von Gerhard Roth, der sich zu diesem Thema schlicht nichts entlocken läßt. Sehr kurzweilig und sicher zum Lesen animierend.

Buchhändler, Verleger oder Setzer spielen auch in der Literatur eine gewisse Rolle. Über diese Berufsbieler und ihre Spielarten gibt **GIORGIO RUFFELLI** in seinem kleinen Buch über die **Buchmenschen** Auskunft. Er hat zahlreiche Stellen in der Literatur aufgetrieben und konnte so einen bunten Reigen ungewöhnlicher Sichtweisen zusammenstellen. Am originellsten ist sicher das Kapitel über die Bucherschänder und Bucherdiebe.

Wie sich Autoren mit den Neuen Medien verhalten, bzw. welchen Bedingungen sie sich zu stellen haben, beschreibt **WALTER GRUND** in seinem Buch **Der Erzähler**

und der Cyberspace. In einer vehementen Art plädiert Grund für einen neuen und offeneren Umgang mit den Neuen Medien und präsentiert zahlreiche Beispiele zur Untermauerung seiner Thesen. Eine anregende Lektüre, die man ohne Diskussion nicht zur Seite legt.

Bibliotheken, ob man privat oder öffentlich, sind immer eigen. Ihre Architektur, die Aufbereitung, die Umrisse an Büchern, die oft zu finden sind, verleiten zum Schauen. Diesen Umstand machen sich einige Titel aus dem Gerstenberg Verlag zunutze. Schon in **Mit Büchern leben** konnten die Autoren Buchsammler und Bücherfreunde präsentieren und vor allem fotografieren. In den **Bücherwelten** ist es nicht anders. Menschen und ihre Bibliotheken werden vorgestellt, wobei hier eher die Europäer im Mittelpunkt stehen – im Gegensatz zum ersten Band. Man kann sich nun ein Bild machen von berühmten Sammlungen aus Florenz oder Paris. Auch Buchermacher im weitesten Sinn werden porträtiert. Nun weiß man endlich, wie Daniel Keel von Drogenes oder Inge Feltrinelli und Marcel Reich-Ranicki mit ihren Büchern umgehen. Eher ein Bilderbuch, an dem aber kein Bücherliebhaber vorbeigehen wird, ohne nicht zumindest den einen oder anderen Blick riskiert zu haben.

Voluminös ist die **Welt des Lesens**, eine Essaysammlung, herausgegeben vom Gründer der Leseforschung **ROGER CHARTIER** und **GUILLERMO CASALLO**. Vom klassischen Griechenland über das Hochmittelalter bis zur Gegenwart breiten die Essays eine Fülle an Informationen über die „stille Kunst“ des Lesens aus. Dabei geht es nicht nur um Bücher, auch um die Art und Qualität des Lesens, um die Entwicklung von Nachschlagewerken oder um die Lesegesell-

Schon in seiner großangelegten **Geschichte des Lesens** wußte **MANUEL** wunderbare Geschichten über Bücherliebhaber und Buchobsessionen. Von einem persischen Großfürsten, der auf seinen Reisen seine Bibliothek von 117 000 Büchern mit sich führte, oder von Kubanern aus einer Tabakmanufaktur, die ihre Zigarren nach literarischen Helden benannten. Ein wunderbares Buch zum Schmökern, das eine große Liebe, eine Leidenschaft für Bücher offenbart und durch seinen Anekdotenreichtum zum Lesen animiert. Sein neues Buch ist eine Essaysammlung unter dem Titel **Im Spiegelreich**. Wieder sind die Bücher im Mittelpunkt, doch geht es vielmehr um die Gedanken, die erzählten Welten und auch um Menschen. Seine Erinnerungen an Borges oder sein kleiner Essay über Guevara und Coetzee atmen eine Frische und Lebendigkeit, die bemerkenswert ist. Er beschreibt auch, wie sich das Leseverhalten durch die neuen Medien wandelt. Doch Bilder und Assoziationen

er: Eine Auswahl

schaffen. Ohne das Lesen und die Weitergabe von Informationen wäre unsere Gesellschaft nicht denkbar. Wer sich für das Phänomen »Lesen« interessiert findet darin beachtliche Informationen zu jedem Aspekt des Lesens in der Geschichte. Nur der letzte Aufsatz, der die Zukunft behandeln sollte, fällt ein wenig aus dem Rahmen. Der Autor kommt mit neuen Literaturformen, so er sie überhaupt anspricht, geschweige denn den neuen Medien nicht zu Rande.

Das aktuelle Standardwerk schlechthin ist das **Handbuch Lesen**. Es ist gleichermaßen zum Nachschlagen und zum Lesen geeignet. Alle Aspekte des Lesens, von der Leseförderung über den Literaturunterricht, von Leseverhalten und der Psychologie des Lesens werden behandelt. Über die Rolle der Autoren, die Geschichte der Bibliotheken oder des Buchhandels kann man sich umfassend informieren. Die Autoren versuchen sehr ausgewogen zu arbeiten und kaum einen Aspekt auszulassen. Sollten nach

der Lektüre eines Aufsatzes noch weitere Fragen offen bleiben, gibt es jeweils eine umfangreiche Bibliografie.

Noch ein wenig Literatur: **Das Labyrinth der Welt** von ROSS KING führt in das England des 17. Jahrhunderts. Held des Romans ist ein Buchhändler, der den Auftrag bekommt, ein rares Exemplar eines alchemistischen Werkes, eben über das Labyrinth der Welt, aus der verschollenen Bibliothek des Kaisers Rudolf zu finden. Die Suche gestaltet sich gefahr- und mühsam und Ross King breitet ein buntes Panorama des damaligen Lebens vor dem Leser aus. Die Beschreibungen sind sehr lebendig, zudem lehrreich und manchmal auch spannend. Der Schwung der Anfangsseiten verfangt sich ein wenig in den wirklich detailreichen Beschreibungen, die alle interessant sind, doch manchmal nur dem Wissen des Lesers und nicht der Handlung auf die Sprünge helfen.

Anders ist es mit **Der Mann, der die Wör-**

ter liebte. Angeblich haben einige Druckplatten des Oxford English Dictionary SIMON WINCHESTER, den Autor, Jahre hindurch begleitet bis er auf die Idee verfiel, die Geschichte der Entstehung dieses Wörterbuchs aufzuzeichnen. Daraus entstand ein dokumentarisches Stück Prosa, das man von der letzten Seite kaum mehr aus der Hand legt. Mit welcher Faszination man ältere Herren begleitet, wie sie vollgeschriebene Blätter mit Worterklärungen auf Häufchen legen, auf daß daraus einmal ein vielbändiges Wörterbuch entsteht, ist verblüffend. Winchester schafft es so, lebendig zu erzählen und eine Fülle an Fakten geschickt miteinander zu kombinieren. Zugegeben, die Mitarbeiter waren teilweise schon sehr schräge Personen, darunter ein geisteskranker Mörder, der einen wichtigsten Part in der Geschichte spielt, aber daneben erfährt man eine Menge über die Schwierigkeiten bei der Arbeit an einem Wörterbuch. Was will man mehr. **U**

DIE BESTEN BÜCHER ZUM THEMA



Roger Chartier,
Guglielmo Cavallo (Hg.)
DIE WELT DES LESENS
übers. v. Bussmann/
Enderwitz/Kaetzel/
Jöken/Schwibb,
Campus 1999, 688 S.
DM 89/5715/sFr 91

Martin Bernhofer (Hg.)
DAS BUCH MEINES LEBENS
Sonderzahl 1999 234 Seiten
85 198/DM 27/sFr 25

Bodo Franzmann u.A. (Hg.)
HANDBUCH LESEN
K.G.Saur Verlag 1999
690 Seiten
DM 248/951810/sFr 221

E. Ellis, C. Snezhohn, C.S. Sykes
MIT BÜCHERN LEBEN
Gerstenberg Verlag 1997
256 Seiten
DM 128/95 934/sFr 118



Alberto Manguel
IM SPIEGELREICH
übers. v. Chris Hirte
Volk und Welt 1999
360 Seiten
DM 42/95 307/sFr 40

Alberto Manguel
EINE GESCHICHTE DES LESENS
übers. v. Chris Hirte
Volk und Welt 1998
432 Seiten
DM 58/95 423/sFr 55,20



Susanne von Meiss,
Reto Guntli
BÜCHERWELTEN
Gerstenberg Verlag 1999
256 Seiten
DM 128/95 934/sFr 118

Walter Grond
DER ERZÄHLER UND DER CYBERSPACE
Haymon Verlag 1999
224 Seiten
DM 39,80/95 291/sFr 38,80

Georg Ruppelt
BÜCHERMENSCHEN IN BÜCHERN
Sammlung Harrassowitz 1997
158 Seiten.
DM 44,80/95 328/sFr 41,50



Ross King
DAS LABYRINTH DER WELT
Albrecht Knaus Verlag 1998
478 Seiten
DM 44,90/95 328/
sFr 41,50

Simon Winchester
DER MANN DER DIE WÖRTER LIEBTE
übers. v. Harald Stadler
Albrecht Knaus Verlag 1998 284 Seiten
DM 36,90/95 269/sFr 34

manuskripte

ZEITSCHRIFT FÜR LITERATUR

Sackstraße 17, A-8010 Graz, Tel. + Fax: 0316/82 56 08

manuskripte – jede neue Nummer ist mehr als nur ein Buch und sie entdeckt neue Bücher und fördert neue Autoren.

manuskripte – die internationale Literaturzeitschrift aus Graz – fordern Sie ein Probeexemplar an!

manuskripte – die Wildheit ihrer Arrangements spiegelt die Vielfalt der literarischen Tendenzen.

manuskripte erscheint viermal jährlich und kostet im Abonnement:

ÖS 300,- / DEM 48,- / CHF 45,- / ATS 360,-

Preis für Einzelheft:

ÖS 105,- / DEM 16,50 / CHF 15,- / ATS 120,-

jeweils inklusive Porto.

lesen

1



Die Renaissance des Lesens +++ Lesekultur im neuen Outfit +++ Das Buch als Statussymbol +++ Das neue Lernen +++ Elektronische Bücher am Strand +++ Richtig lesen mit neuen und alten Medien

Autoren

2



Die neue Rolle der Autoren +++ Leser als geheime Co-Autoren +++ Unterhaltung ist erlaubt +++ Autorenförderung im Zeitalter der Globalisierung +++ Onlinedienste als Arbeitgeber +++ Jeder wird zum Bestsellerautor

verlage

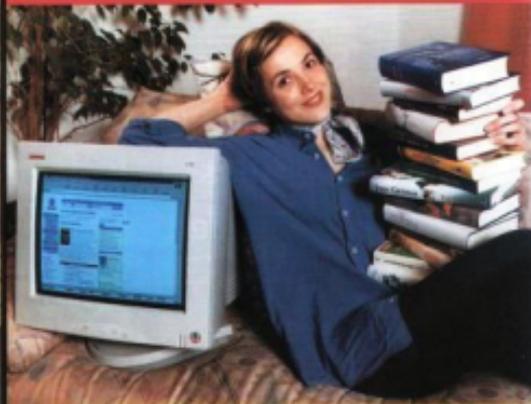
3



Die Verlage der Zukunft +++ Verlage werden zu Medienunternehmen +++ Weltweite Vermarktung der Inhalte +++ Print on Demand – Hoffnung für Kleinverlage +++ Alte Traditionen kehren zurück

buchhandel

4



Neue Herausforderungen für den klassischen Buchhandel +++ Infobroker und Online-Buchhandel +++ Bibliotheken als Infozentralen +++ Trends in der Sackgasse +++ Das intelligente Papier

Herausforderung

Internet

Der Sortimentsbuchhandel auf dem Weg ins 21. Jahrhundert

HERMANN-ARNDT REITHOLD

Als im Jahr 1450 Johannes Gensberg mit der Erfindung beweglicher Lettern das Buch- und Buchhandelszeitalter in Gang setzte, dauerte es rund 50 Jahre, bis die revolutionäre neue Technik das beschnaliche Universitätsstädtchen Tübingen erreichte, und weitere 100 Jahre, bis der lokale Monopolist durch den Gelehrer der Ostländischen Buchhandlung, den Professor Cellius, eine direkte Konkurrenz erhielt. Als Anfang der 90er Jahre die ersten zögerlichen Versuche unterkommen wurden, das in den 80er Jahren zu einem freien Kommunikationssystem unabhängiger Wissenschaftler ausgebaute Internet durch kommerzielle Nutzung zu entweihen, bagelte es flammende Proteste der ersetzten Computer-Freaks.

Heute, nach einer Handvoll Jahren, wird der kommerzielle Internetmarkt als die Wachstumsbranche schlechthin von den Medien gefeiert und von den Politikern gehätschelt. Dabei werden dem Buchhandel im Internet von allen Experten mit die höchsten Wachstumsraten eingeräumt. So ist es nicht verwunderlich, daß es auch im Internetbereich bereits den klassischen amerikanischen Mythos gibt – die Story vom unbekanntem Bösenmakler Jeffrey P. Bezos, der im Juli 1994 in Seattle eine Versandkloische gründete und heute einer Firma vorsteht, die einen aktuellen Börsenwert von über 20 Milliarden Dollar repräsentiert. Amazon.com, der unbestrittene Marktführer, scheint der Realität gewordene Traum des globalen Marktes mit gewaltigen Wachstumsraten, die über ein paar Schönheitsfehler hinwegsehen lassen. Das sind die horrenden Verluste: Die Firma Amazon.com hat bisher keinen Pfennig Gewinn gemacht. Der Verlust 1998 betrug 72 Millionen Dollar, das sind 12% des Umsatzes – ein solcher Jahresverlust im Handel würde die Eigenkapitalquote auf null und das Unternehmen in den Konkurs treiben. Frühestens im Jahr 2001 wird ein Gewinn erwartet – Finanzexperten haben ausgerechnet, daß dazu ein Umsatzvolumen notwendig wäre, das höher ist als der gesamte US-Buchmarkt.

Der Konkurrent im Internet ist nicht mehr der Laden um die nächste Ecke, sondern es sind – entsprechend dem Kapitalbedarf – die großen Globalplayer, die um einen Platz ganz vorne kämpfen. Als Konkurrenz zu Amazon auf dem USA-Markt hat sich der weltgrößte Medienkonzern Bertelsmann mit der größten amerikanischen Buchhandelskette zusammengetan, in Deutschland tummeln sich an vorderster Front die Töchter der beiden Riesen, Amazon.de und Bertelsmann Online BOL. Dazu kommt als neuer Internet-Buchshop eine gemeinsame Firma der Riesen Axel Springer, Holtzbrinck, T-Online und Weltbild. Die Internet-Buchhandlungen Buch.de und Bucher.de holen ihr Kapital wie Amazon von der Börse, obwohl die großen Internetbuchhandlungen zur Zeit nichts anderes sind als Geldverlichtungsanlagen, die nach betriebswirtschaftlichen Gesetzen längst ihren Bankrott hätten erklären müssen, nach den unerschränkten Gesetzen der Börse aber faszinierte Anleger finden.

Ist es angesichts dieses weltweiten Kapitalzugs um die Vormachtstellung im Internet überhaupt sinnvoll, daß der klassische Sortimentsbuchhandel, der kleinstrukturiert und kapitalstark ist, eine eigene Internetstrategie entwickelt? Wenn man dem Feuilletonisten Joachim Willms von der Süddeutschen Zeitung glaubt, ist es bereits zu spät. Ich zitiere: „Die Frist des Sortimentsbuchhandels läuft also ab. Ihn rettet auf die Dauer keine Buchpreisbindung mehr, sondern allenfalls nur noch jenes auch kleiner werdende Häuflein von Buchkäufern, die keinen Zugang zum Internet haben ...“

Verdrängungswettbewerb im Internet

Im Gegensatz zum kulturpessimistischen Journalisten bin ich der Meinung, daß der klassische Buchhandel auch im globalen Wettbewerb seine Chance hat. Um diese These zu begründen, möchte ich zunächst auf die Elemente des Verdrängungswettbewerbs eingehen, der zur Zeit im Internet tobt.

Preiswettbewerb

Amazon zum Beispiel bietet Nachlässe, die bei Bestsellern aus den USA bis zu 50% des aufgedruckten Verlagspreises betragen, portofreie Lieferung im Inland ist ebenfalls selbstverständlich. Auch die überregionalen deutschen Anbieter im Internet liefern inzwischen innerhalb Deutschlands wei-

Die Kunden übernehmen teilweise selbst die Aufgaben des Buchhändlers im Internet

testgehend portofrei, bieten allerdings – weil die Preisbindung für deutsche Bücher noch existiert – nur englische Titel mit Nachlässen um 10% an. Mit solchen Nachlässen kann der klassische deutsche Buchhandel nicht dienen – er hat schon ohne Preiswettbewerb 1997 einen betriebswirtschaftlichen Verlust von 1,1% hinnehmen müssen.

Dienstleistungswettbewerb: Zum Preiswettbewerb kommen im Internet ganz neue Dienstleistungsangebote. Der Klick ins Internet bietet Möglichkeiten, die in diesem Umfang bisher in einer normalen Buchhandlung undenkbar waren:

► **Offenzeit rund um die Uhr:** bequem vom Schreibtisch aus: Der Internetnutzer kennt keine Anfahrs- und keine Parkplatzprobleme, er muß nicht warten, bis er eine Mitarbeiterin findet, die er fragen kann.

► **Tagesaktuelle Information:** Das Internet informiert über Preise, Lieferbarkeit und Inhalte von über drei Millionen Titeln. Auch wenn diese Zahl Hunderttausende nicht lieferbarer Titel enthält: Wie viele Buchhandlungen sind instande, so präzise und so umfassend über die aktuelle Welt der Bücher zu informieren?

► **Beratung und Entföhlung:** Bücher können nach den unterschiedlichsten Kriterien und Kategorien erschlossen werden. Amazon zum Beispiel neben der direkten Suche über Autor, Titel, Stichwort unter anderem die Auswahl aus einer der zahlreichen Bestsellerlisten, den Abruf von Buchbesprechungen aus Tages- und Wochenzeitungen, Special-Interest-Zeitschriften, Fernsehen und Radio, die Suche von Geschenken zum Beispiel für Golfer oder Gourmets, zu einer Housewarming-Party oder zum 50. Geburtstag. Selbstverständlich gibt es überall Querverbindungen: Zum Beispiel alle anderen Titel des Autors, dessen Biographie, andere Titel zum Thema, andere Autoren des gleichen Genres ...

Eines wird aus dieser unvollständigen Aufzählung klar: Wir haben es im Internet mit einer Dienstleistungsqualität zu tun, die zumindest zum Teil in direkten Wett-

wettbewerb zu den traditionellen Dienstleistungen des stationären Buchhandels tritt,

Optimale Kostenstruktur

Im Gegensatz zu der weitverbreiteten Meinung, für den Internethandel genüge ein PC, ein Modem und ein Internetanschluß, zeigen die verlustreichen Anfangsaktivitäten aller Internetfirmen, daß zunächst erheblich in Hardware, Software, in Kommunikationstechnik, in Personal und in Werbung investiert werden muß.

Allerdings: Der Verkauf per Internet führt zu einer völlig neuen Kostenstruktur, die in einigen Bereichen zu erheblichen Einsparungen gegenüber dem traditionellen Handeln mit Büchern führt.

Outsourcing von Marktaktivitäten: Der Kunde übernimmt Funktionen, die in der traditionellen Buchhandlung vom Personal übernommen oder zumindest begleitet werden müssen. Der Kunde definiert in dem von den Webseiten des Anbieters vorgegebenen Rahmen seine Bedürfnisse selbst, er surft ohne personelle Assistenz durch das Angebot, er kann keine Fragen stellen, die über die vordefinierten Seiten hinausgehen, und er gibt seine Bestellung mit Namen und eindeutiger Titelangabe computergerecht auf – 24 Stunden täglich, ohne daß die virtuelle Buchhandlung Überstundenzuschläge zahlen muß, und ohne daß sie Personalreserven vorhalten muß, die bei schönem Wetter unproduktiv sind und in unwahrscheinlichen Stillezeiten nicht ausreichen.

Outsourcing des Vertriebs: Die Kundenbestellung kann außer bei Erstkunden normalerweise direkt elektronisch verarbeitet und an einen Grossisten weitergeleitet werden, der direkt an den Kunden liefert. Lagerkosten gibt es nicht. In Kürze werden allgemein anerkannte elektronische Zahlungssysteme zu einer rationaleren Abwicklung des Zahlungsverkehrs im Internet führen. Die Probleme des stationären Handels bei der Umstellung von DM auf Euro oder das mühsame Zählen von Bargeld sind bei elektronischer Zahlungswese unbekannt. Das Risiko wird auf den Kunden abgewälzt, führt also zu einer weiteren Entlastung

im virtuellen Handelsverkehr.

Werbung: Während im klassischen Versandbuchhandel die Kosten jeder Werbung mit Prospekten und Katalogen ganz entscheidend von der Auflagerhöhe abhängen, der Streuverlust häufig unkalkulierbar ist und die Information des potentiellen Interessenten meist nur mit unverhältnismäßigem Aufwand ganz präzise seinen spezifischen Interessen angepaßt werden kann, definiert der Internetkunde sein Informationsbedürfnis selbst – und die vom Anbieter bereitgestellten Informationen sind weltweit jedem Internetbenutzer zumindest theoretisch sofort in vollem Umfang zugänglich, ohne Zusatzkosten für jeden zusätzlich gedruckten Prospekt, ohne den Zeitaufwand für Druck und Versand, jederzeit ohne Aufwand korrigierbar.

Totale Transparenz

Das Internet verhilft dem Kunden nicht nur zu traumhaften Nachlässen, es übernimmt auch die Sache danach. Diese Arbeit übernehmen sogenannte „shopping-agents“, die das Internet – bzw. die bei ihnen gelisteten und zahlenden Anbieter – nach dem im Augenblick billigsten Angebot durchforsten.

Eine optimale Kostenstruktur, die durch hohe Anfangsinvestitionen den chancenreichen Markteintritt für Mitbewerber erschwert, nach erfolgreichem Marktauftritt die variablen Kosten für jeden weiteren Kunden gegen null tendieren läßt – ein Dienstleistungsangebot, das in seiner Qualität in direkte Konkurrenz zu Leistungen des Fachbuchhandels tritt – ein Preiswettbewerb, der Kundenkonditionen anbietet, mit denen die Einkaufskonditionen vieler Einzelhändler nicht konkurrieren können: Das sind die wichtigsten Komponenten des Verdrängungswettbewerbs, der zur Zeit im Internet tobt.

Marktplatz der Zukunft: Internet

Jeder neue Markt bringt neben neuen Risiken neue Chancen. Es ist die Aufgabe des Unternehmens, bei aller sorgfältigen Risik-

koabwägung vor allem die Chancen zu erkennen und zu nutzen. Ich will versuchen, ein paar Aspekte wenigstens zu streifen.

Die ideale Zielgruppe: Im Internet tummeln sich die Traumkonsumenten der Zukunft. Internetnutzer sind jung, das Durchschnittsalter liegt in Europa bei 31, in den USA bei 35 Jahren, die Bildung ist überdurchschnittlich hoch, das Einkommen ebenfalls.

Wachstumsmarkt Internet: Kein Markt wächst schneller als das Internet: Es wird geschätzt, daß E-Commerce in Deutschland von 400 Millionen DM in 1998 auf mehr als 27 Milliarden DM im Jahr 2001 wächst.

Imagefaktor Internet: Surfen ist in, die Überraschungen des WWW lassen sich beim Party-Small-Talk mindestens so gut verwerten wie Leseerlebnisse mit dem neuesten Bestseller. Eine Buchhandlung ohne Internetanschluß wird bald so selten sein wie eine Firma ohne Telefon.

Neue Informations- und Kommunikationsmöglichkeiten: Die Kombination der unterschiedlichen Internetdienste kann zu einer interaktiven Beziehung zwischen Kunde und Unternehmen führen: aktive Informationssuche durch den Kunden, sofortige Bestellung, unmittelbare Reaktion des Unternehmens, Anpassung des Kundenprofils, der angebotenen Produkte, des Firmenprofils an die Kundenbestellungen.

Rationalisierung, Kostensenkung: Ich habe bereits erwähnt, daß durch die Internetnutzung kostenträchtige Dienstleistungen wie Bibliographieren oder Bestellaufnahme auf den Kunden übertragen werden können. Die Marginalkosten der Werbung für zusätzliche Kunden sinken gegen null. Internet ist im Vergleich zu Gelber Post, Telefon oder Fax das mit Abstand billigste Kommunikationsinstrument geworden.

Hat die traditionelle Buchhandlung tatsächlich keine Chance mehr? Ich bin anderer Meinung: Während die stationäre Buchhandlung über Stärken verfügt, die der Interneshop nicht übernehmen kann, kann die Dienstleistung Internet ohne Probleme von stationären Buchhändlern übernommen werden. Atmosphäre, persönliche, unmittel-

bare Assistenz, vor allem auch der soziale Kontakt, die Buchhandlung als Marktplatz, das sinnliche Erleben der Bücher, die man aus dem Regal nehmen kann – das alles bieten weder BOL noch Amazon.

Internet und Sortimentsbuchhandel

Die Auseinandersetzung des Sortimentsbuchhandels mit dem Internet reicht vom globalen Verdrängungswettbewerb auf den vorderen Plätzen bis zur trotzigem oder wurschtigen Ohne-mich-Mentalität auf den hinteren Rängen. Genauso unterschiedlich sind die zahlreichen Ratschläge für den richtigen Einstieg ins Internet. So heißt es in einem Börsenblattartikel zum Werbeauftritt »im Netz«: Dahinter steht die Erkenntnis, daß man den Gang ins Internet strategisch zu betrachten hat: entweder ganz oder gar nicht. Dem ersten Halbsatz von der Notwendigkeit eines strategischen Ansatzes ist voll zustimmen. Falsch dagegen scheint mir die Schlußfolgerung ganz oder gar nicht! So vielfältig die Risiken und Chancen im Internet sind, so unterschiedlich sind die Möglichkeiten jeder Buchhandlung, angemessen auf die neue Herausforderung zu reagieren. Wichtig ist, daß der Sortimentsbuchhändler auf das Internet nicht wie das Kaninchen auf die Schlinge starrt, sondern eine Strategie entwickelt, die den klassischen Einkauf im Laden mit den technischen Möglichkeiten des neuen Mediums verknüpft. Dazu einige Thesen:

Interneteneinkauf und Sortimentsbesuch sind keine Gegensätze, sondern lediglich unterschiedliche Facetten des Kundenverhaltens: Kunden, die im Internet Bücher kaufen, kaufen auch Bücher in der Buchhandlung. Das wichtigste Argument für den Einkauf im Internet ist im Augenblick das Preisargument: Wer 30 bis 50% des Kaufpreises spart kann, kauft im Internet. Aber: Der Internetbuchhandel wird auf Dauer nicht in der Lage sein, preisgünstiger als der stationäre Einzelhandel zu liefern. Denn die höheren Kosten des Ladengeschäfts mit Personal, Lager und Miete werden durch die hohen EDV- und Werbekosten des Internetbuchhandels aufgewogen. Wenn der Verkauf von Amazon im ersten Halbjahr 1999 höher ist als die Handelsgewinne im Sortiment, dann unterstreicht das die Leistungsunterschiede des stationären Buchhandels aufs eindringlichste. Ganz abgesehen vom Preisproblem: Der gleiche Kunde, der am Schreibtisch ein Buch per Internet

Interneteneinkauf und Sortimentsbesuch sind in Wirklichkeit keine Gegensätze.

bestellt, geht in die Buchhandlung, weil er sich dort informieren, verfahren lassen will. Im Laden kann er die Bücher in die Hand nehmen, wird sinnlich angesprochen – wie oft muß ein Kunde im Internet einen bestimmten Verlag anklücken, damit dieser stärker haften bleibt, als wenn er diesen Verlag auch nur einmal in Gestalt eines Buches im Laden erleben kann?

Präsentation im Laden und Internetnutzung sind nicht unterschiedliche Vertriebswege, sondern unterschiedliche Darstellungsformen: Weil der Kunde seine Bücher sowohl im Internet als auch in seiner Buchhandlung kauft, gilt für die stationären Buchhandlungen, daß sie das Internet als zusätzliches Informations- und Kommunikationsinstrument nutzen müssen, um ihre Kunden zu halten. Wie stark Buchhandlungen bei dieser Informations- und Kommunikationsarbeit auf das Internetangebot der Verlage eingehen, hängt natürlich vor allem auch davon ab, wie einfach bzw. umständlich sie dieses Angebot nutzen können und ob die Verlage an einer Kooperation Interesse haben. Lokale Präsenz und individuelle Ansprache sind unschlagbar: Auch in den kommenden Jahren werden der persönliche Kontakt, die lokale Präsenz, der Marktplatzcharakter von Sortimentsbuchhandlungen, die Verfügbarkeit einer bewußt gestalteten Erlebniswelt Kauftrieb bleiben, auf die ein umfassender Vertrieb nicht verzichten kann.

Kombipack: Internetbuchhandel und Einkauf im lokalen Sortiment sind keine sich ausschließenden und konkurrierenden Vertriebswege, sondern im Kombipack eine neue Densitätsform, die im Trend eines Kundenverhaltens liegt, das sich nicht mehr auf eine Vertriebsform festlegen läßt. Diese These widerspricht ein wenig der landläufigen Meinung, daß gerade der stationäre Buchhandel zunehmend vom Internetbuchhandel bedroht sei. Meine These wird allerdings durch eine brandneue Untersuchung unterstützt, die soeben an der Universität Tübingen durchgeführt wurde:

Interessante Ergebnisse: Die im Rahmen einer Diplomarbeit von Roland Mohr durchgeführte Umfrage ergab eine E-Mail an 11.000 Accounts, die bei insgesamt rund 18.000 Studenten der Universität eingereicht sind. Knapp 8 % Antworten der Accountinhaber gingen ein, das sind rund 5% der Tübingen Studenten. Von diesen Teilnehmern, die dem Idealtypus des jungen, mit dem Computer großgewordenen neuen Kun-

den ziemlich nahekommen, haben bisher erst 30% mindestens einmal über das Internet eingekauft, 85% dieser Einkäufe waren übrigens Buchbestellungen, 56% informierten sich zuerst im Internet, um dann im Laden zu kaufen, und nur 39% informierten sich zuerst an Laden, um dann im Internet zu kaufen. 90% der Teilnehmer nutzten die Produktinformation via Internet.

Rund die Hälfte der Käufer ließ sich die Ware zustellen, die andere Hälfte bestellte per Internet und holte die Ware dann ab. Einen zunehmenden Einkauf per Internet können sich 35% der bisherigen Internetkäufer vorstellen, aber 50% wollen in Zukunft nicht mehr über das Internet bestellen. Dies deckt sich genau mit unseren eigenen Interneterfahrungen, nach denen rund die Hälfte unserer Kunden die bestellten Bücher abbolt, also die Bequemlichkeit einer Internetbestellung (Unabhängigkeit von Öffnungszeiten, komfortable Bibliographie) mit den Annehmlichkeiten des Shoppings im Laden verbinden will. Daß 90% der Befragten, die schon einmal über Internet eingekauft haben, die Produktinformationen dieses Mediums schätzen und die Mehrheit dieser Kunden den Weg vom Internet in den Laden nimmt und nicht umgekehrt, ist meiner Meinung nach ein beeindruckender Hinweis dafür, daß es gelingen kann, die unterschiedlichen Vertriebsformen von Ladenverkauf und Internethandel zu kombinieren.

Im 15. Jahrhunderts entstand der privatwirtschaftlich organisierte Buchhandel als Folge der Erfindung des Buchdrucks. In den folgenden Jahrhunderten differenzierte der ursprünglich allumfassende Beruf, der Autor, Drucker, Verleger und Sortimentsbuchhändler umfaßte, zu immer größeren Spezialisierungen.

Jetzt, am Ende des 20. Jahrhunderts, kommt mit der Erfindung des Internet eine neue technische Herausforderung auf den Buchhandel zu, die in ihren Auswirkungen mit der Erfindung, die zu seinem Entstehen führte, durchaus vergleichbar ist. Das Buch als Medium hat in diesen Jahrhunderten schon etliche neue Medien als Konkurrenten und als Ergänzung erlebt: Rundfunk, Film, Fernsehen, Video. Es wird auch das Internet und die neuen Onlinetechniken überstehen, und mit ihm der Buchhandel, wenn er es versteht, innovativ die Herausforderungen anzunehmen, die das neue Medium und eine neue, globale Vertriebsform für ihn bedeuten. □

Herausforderungen an den Buchhandel

Neben der Internet-Diskussion gibt es noch weitere Herausforderungen an den Buchhandel im Bereich neuer Medien. Der Buchhandel wird konfrontiert mit Online-Diensten, soll sich als Info-Broker profilieren und das Angebot um Neue Medien, wie Hörbücher und CD-ROMs erweitern. Einige kommentierte Stichworte von Hermann-Arndt Rietheimer zusammengefaßt von Tobias Hirt.

Online-Dienste: Onlineversionen (z.B. Gerichtsurteile) können direkt vom Arbeitsplatz abgerufen werden, während die Veröffentlichung in einer Zeitschrift oder in einem Buch Monate dauert. Zeitlich ist der Buchhandel hier im Nachteil. Der Buchhandel hätte in diesem Bereich die strategische Option, selbst Online-Texte anzubieten. Möglich wäre die Zusammenarbeit mit der örtlichen Universität.

Info-Broker: Das würde bedeuten, die Buchhandlungen würden Recherchedienste im Dickicht der Datenbanken anbieten. Hierzu sind aber ganz spezifische Kenntnisse sowohl der Datenbanken, der Strukturen und eine wissenschaftliche Vorbildung erforderlich. Eine normale Buchhandlung wird dieses Geschäft nicht wahrnehmen können, außer sie spezialisiert sich bewußt auf diese neue Dienstleistung und hätte gegen die Onlinedienste zu konkurrieren.

Print-on-Demand: Theoretisch gibt es keine vergriffenen Bücher mehr und keine Ladenhüter. Das Buch wird zum individuellen Unikat, das in der Buchhandlung bestellt oder sogar ausgedruckt werden kann. Die Erfahrung anhand der Softwarekopierautomaten – vor einigen Jahren Inventar innovativer Buchhandlungen – zeigt, die Mischung von Onlineangebot und Ladengeschäft die Nachteile beider Distributionsformen vereint. Die Stärke einer Buchhandlung, nämlich Vielfalt, Präsentation, Auswahl und direkte Vergleichsmöglichkeit, würde auf Bildschirmformat schrumpfen – ganz anders beim Verlag, der so Kleinlaufungen wirtschaftlich herstellen kann. Das Online-Angebot wird weniger im Buchhandel, vielmehr im wissenschaftlichen Segment Auswirkungen haben.

Multimedia im Buchhandel: Multimediale Produkte haben sich in Sortimentsbuchhandel durchgesetzt. Für die Präsentation benötigt man allerdings teure Geräte, die Produkte sind erklärungsbedürftig und haben eine kurze Verkaufszeit. Die leichtere Beschaffung und die Qualitätssicherung der Produkte müßte aber von den Verlagen besser gesichert werden. Von einer angemessenen Honorierung der Handelsleistung nicht zu reden, sonst wäre eine Überlegung hinsichtlich anderer Spezialmärkte mehr als nötig. □



Bücher online einkaufen

Mit massiven Investitionen versuchen **Internet-Buchhandlungen** schon heute, ihre Positionen für das nächste Jahrtausend zu beziehen. Gewinner dabei sollen auch die Konsumenten sein. **Erlebniseinkäufe** und **Service** rund um die Uhr werden versprochen. **MICHAEL SCHNEPP**

Laut Wetterbericht war ja der verregnete Sonntag zu erwarten, trotzdem hatten Sie gehofft, daß der geplante Radausflug mit den Kindern nicht ganz ins Wasser fallen müßte. Nun prasselt dicke Regentropfen gegen die Fenster, und Sie ärgern sich, daß die Vorhersage ausgerechnet diesmal richtig war. Die Kinder haben sich, nach reichlicher Kritik wegen der geplatze Radtour, bereits in ihr Zimmer zurückgezogen und mit einem Spielernachmittag abgefunden.

Sie selbst entscheiden, wieder einmal ein Buch zu lesen, dazu ist neben dem Beruf und den Kindern ohnehin fast keine Zeit mehr. Am liebsten würden Sie einen Krimi lesen, letzte Woche soll da etwas ganz Spannendes von einer jungen Autorin, deren Name Ihnen entfallen ist, herausgekommen sein. Darauf hätten Sie Lust, das Buch sollte jedoch nicht zu umfangreich sein, schließlich wollen Sie es noch heute fertiglesen. Sie haben rund drei bis vier Stunden Zeit.

Der Bildschirm zeigt, nachdem Sie Ihre Wünsche geäußert haben, die Auswahl von zwei Büchern: Eine amerikanische Autorin hat letzte Woche ihren ersten Krimi veröffentlicht, er ist gleichzeitig in mehreren Sprachen, auch in Deutsch, erschienen, die Les-

zeit ist für durchschnittliche Leser mit vier Stunden bezeichnet und damit noch in dem von Ihnen vorgegebenen Rahmen.

Als zweites Suchergebnis erscheint der Name und Buchtitel einer italienischen Schriftstellerin – Treffer: Diese Autorin hatten Sie gesucht, jetzt können Sie sich auch wieder an den Namen erinnern, und die rund drei Stunden Leszeit passen genau. Sie lassen sich noch einige Informationen zum Buch geben und sehen sich ein kurzes Filminterview mit der Autorin an. All das bekräftigt Sie, damit die richtige Wahl getroffen zu haben, und Sie bestellen das Buch

mittels Spracheingabe in das Mikrofon.

Ihr virtueller Verkaufs-Berater bietet Ihnen sofort mehrere Möglichkeiten zum Kauf an: Sie können sich das Buch zusenden lassen, die Lieferung würde am nächsten Tag erfolgen. Diese Variante kommt für Sie nicht in Frage, schließlich wollen Sie möglichst rasch mit dem Lesen beginnen. Als zweite Möglichkeit wird Ihnen angeboten, den Text in Ihr elektronisches Buch zu laden – ein Gerät, das hauptsächlich aus einem speziell entwickelten, einer Buchseite ähnlichen, Bildschirm besteht und zusätzlich Textbearbeitungen, Stichwortsuchen und ähnliches ermöglicht. Deshalb verwenden Sie es immer für wissenschaftliche Texte, die Sie für Ihren Beruf lesen müssen. Grund genug, diese Möglichkeit heute nicht zu wählen. Als drittes Angebot ist angegeben, daß Sie das Buch direkt auf Ihrem Printer zu Hause ausdrucken lassen. Für diese Variante entscheiden Sie sich, und wenig später halten Sie Ihren gewünschten Lesestoff in Händen. Die Abrechnung ist inzwischen automatisch über ein Zahlungssystem Ihrer Bank erfolgt. Mit ein paar Worten bestätigen Sie den Kauf. Ihre bevorzugte Schriftart und Schriftgröße haben Sie bereits bei einem früheren Kauf ausgewählt, ein angeschlossenes Bände-

Buchkäufe im Internet

Jahr	Mio. \$
1997	9,9
1998	25,6
1999	63,6 *
2000	159,9 *
2001	344,6 *
2002	674,1 *

(Quelle: Jupiter Communications, Umsatzangaben, * Prognose)

Das US-Marktforschungsinstitut Jupiter Communications rechnet für 2002 mit einem Branchenumsatz von 674 Millionen Dollar – fast 30mal soviel wie 1998. Der Umsatz des Internet-Buchhandels in Deutschland wird vom Börsenverlag für 1998 auf rund 60 Millionen Mark geschätzt, Marktteilnehmer rechnen mit einer Verdoppelung innerhalb der nächsten zwei bis drei Jahre.



gerie an Ihren Printer sorgt dafür, daß Sie in kurzer Zeit auch wirklich den gewünschten Titel als Taschenbuch vorliegen haben – mit persönlicher Widmung der Autorin. Ihr Kriminachmittag kann beginnen.

Dieses Szenario eines Bücherkaufs könnte schon bald Realität sein – die ersten Ansätze dazu gibt es bereits heute. Online-Buchhandlungen bieten Datenbanken mit Hunderttausenden von Büchern an. Sie bringen Portraits ausgewählter Autoren und Leseproben einzelner Titel. Sie ermöglichen Buchbestellungen via Internet und liefern die Bücher direkt zu Ihnen nach Hause, auf Wunsch liegt das Buch auch zur Abholung im Geschäft bereit – für viele Konsumenten, besonders im deutschsprachigen Raum, unersetzbar: der persönliche Besuch beim Buchhändler.

Die Geschichte, wie das Internet als Marktplatz für Bücher begonnen hat, ist fast schon Legende:

1994 hatte ein Mann namens Jeff Bezos auf einer Autofahrt von New York nach Seattle folgende Idee: Bücher könnten eigentlich via Internet verkauft werden. Kataloge regen dabei zum virtuellen Schmökern an, und wer schließlich sein Buch gefunden hat, der kann es gleich online bestellen und bekommt den Titel versandkostenfrei ins Haus geliefert. Die Idee bekam einen Namen, der Internet-Shop amazon.com wurde gegründet – Jeff Bezos gilt heute für viele als «Erfinder des E-Commerce»⁽¹⁾. An seiner Erfolgsgeschichte ändert sich, daß

Bestellt wird via PC, und ein riesiger Apparat setzt sich in Bewegung.

amazon bis heute keinen Cent verdient. Im vergangenen Herbst wurde sogar ein Verlust von 7,15 Dollar pro Bestellung⁽²⁾ geschrieben. Dennoch: Der derzeitige Börsenwert beträgt 30 Milliarden Dollar, also weit mehr als der Rest der US-Buchindustrie zusammen.⁽³⁾

Ein Blick nach Deutschland: Umfragen zeigen, daß mittlerweile bereits über 1.000 Buchhandlungen im Internet zu finden sind⁽⁴⁾.

Viele davon nutzen die Datenbanken der Buchhändlervereinigung mit dem VIB (Verzeichnis lieferbarer Bücher) und von den Grossisten KNO oder Libri, einige haben sich auch recht erfolgreich auf ein besonderes Thema spezialisiert. Sie bieten damit ihren Kunden an, selbst nach Büchern zu suchen und diese online zu bestellen.

In den letzten beiden Jahren sind aber

nach hierzulande einige Firmen entstanden, die sich ausschließlich dem Internet-(Buch) Geschäft widmen, etwa Bueches.de (1997), Bol.de (1999) oder Booktra.de (1999). Für sie alle ist die Situation gleich: Es geht darum, Marktanteile zu erobern und die Kunden der Zukunft zu binden. »Wir wollen uns online als Marke etablieren, die für positives Einkaufserlebnis und perfekten Service steht.« sagt Heinz B. Wemmelinger, Präsident von Bertelsmann-Shop BOL.

Die Ideen für eine Abgrenzung zum Mitbewerber können nicht innovativ und pfeifig genug sein, schließlich ist es nirgendwo einfacher als im Internet, daß der Kunde den Laden verläßt und woanders auf Shopping-Tour geht. Also werden bereits jetzt Live-Chats mit Autoren, Vorabdrucke, Schreibwettbewerbe, individuell gestaltete Newsletter und ähnliches mehr angeboten. Die Suche nach dem »Mehrwert« ist ausgetrocknet, permanente Kundenpflege steht im Mittelpunkt. Uns Konsumenten kann das nur recht sein.

Neben dem »Brand«, dem Markennamen, ist die »Traffic« die zweite Grundlage für Erfolg im E-Business: Wie groß sind die Besucherzahlen auf der Website, wie stark der Verkehr, der über die Homepage geleitet wird? Surfer werden mit Hilfe von Werbung und Kooperationen auf anderen Websites auf die eigene Homepage gelockt, eine Strategie, die amazon als erste Firma konsequent umgesetzt hat. Angeblich besitzt bereits 140.000 Links zum US-Online-Buchhändler liegen, die allerdings – bei zu zahlenden Provisionen von bis zu 15%

Boom im Internet

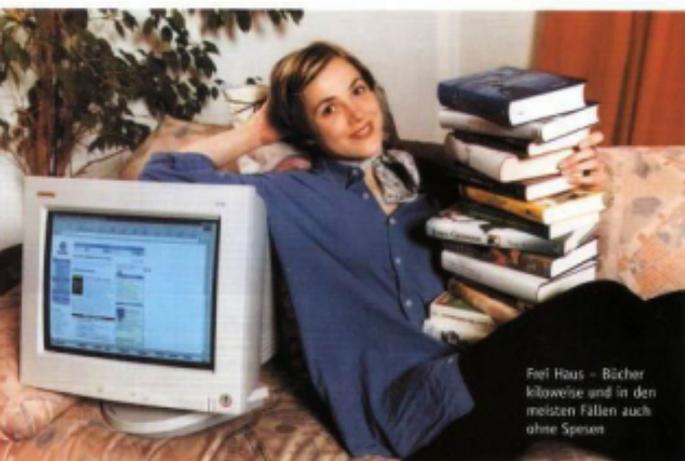
Seit ein paar Jahren boomt das Internet. Konkrete Zahlen dazu sind jedoch meist mit Vorsicht zu genießen und sind schnell überholt.

- Bücher sind mit großem Abstand die Produkte, die am häufigsten über das Internet gekauft werden: 1,2 Millionen Deutsche haben in den vergangenen zwölf Monaten ein Buch online gekauft.⁽¹⁾
- 1996 betrug die Zahl der weltweiten Internet-Nutzer knapp 70 Millionen Menschen, für die Jahrtausendwende sind rund 200 Mio. prognostiziert.
- Rund 25% der Internet-User in Deutschland sind gleichzeitig auch »Online-Shopper«⁽²⁾ und damit potentielle Käufer.
- In den USA ist dieser Anteil rund dreimal so hoch⁽³⁾, was neben der all gemeinen Akzeptanz sicherlich auch mit den geringeren Kosten für Online-Zugänge erklärt werden kann.
- Eindrucksvoll ist die Entwicklung der amerikanischen Online-Shops: Sie stieg von 500 im Jahr 1995 auf 50.000 (1998).⁽⁴⁾

⁽¹⁾ GfK Online-Monitor. Diese Umfrage wird halbjährlich unter 5.863 Deutschen durchgeführt.

⁽²⁾ Georgia Tech Research Corporation, Umfrage 1998.

⁽³⁾ Internet Shopping Report 1996/98, S. 153, Axel Theobald, Symposion Publ., Düsseldorf 1998.



Frei Haus – Bücher
kiloweise und in den
meisten Fällen auch
ohne Spesen

Foto: P&C

– rinen Großteil der Marge aufhehren.⁽¹⁾

Viele Prognosen gehen davon aus, daß in Deutschland innerhalb der nächsten Jahre 10% aller Bücher über das Internet gekauft werden⁽²⁾. Für die USA liegen manche Schätzungen sogar bei bis zu 60%. Ein Kuchen, der bereits jetzt aufgeteilt werden könnte. Wer im Kopf der Konsumenten präsent ist und mehr Service bietet, der wird auf Dauer Sieger sein. Und so nimmt man kurzfristig auch Verluste in Kauf. Da wird es nun verständlich, warum es zur Zeit unmöglich ist, Geld zu verdienen. Die Werbebudgets können nicht groß genug sein, um die jeweiligen Vorteile und Zusatzleistungen ins Rampenlicht zu stellen. Hans-Jürgen Kaiser, der bereits 1966 seine Versandbuchhandlung Mail Order Kaiser gegründet hat, zur Konkurrenz aus dem Internet und seinem damit verbundenen Firmenverkauf: »Die Mitbewerber gucken weniger auf die Kosten, dagegen anzukommen ist schwer. Das Angebot der portofreien Lieferung in ganz Europa ist auch absoluter Wahnsinn. Das kann sich nicht rechnen.«⁽³⁾

Bereits jetzt ist zu erkennen, daß die Präsenz von Büchern im Internet ein bedeutender Marktfaktor ist. So beklagte der Geschäftsführer des US-amerikanischen Verlagshauses O'Reilly & Associates, daß veröffentlichte Kritiken von amazon »als Maßstab für die Bedeutung eines Buches immer wichtiger werden«. Immerhin sind zur Zeit über 2,5 Millionen Buchkritiken –

meist kommen sie direkt von Kunden – veröffentlicht. Und diese Besprechungen entscheiden oft, ob das Buch ein Bestseller oder ein Flop wird. Hintergrund der Kritik von Tim O'Reilly: Verlags-Insider halten es für möglich, daß einige Verleger mit Hilfe anonymen Besprechungen versuchen, Bücher der Konkurrenz schlechtmachen.⁽⁴⁾

Aber auch die beliebte Buchwerbung hat bei amazon schon einigen Staub aufgewirbelt: Werbung für einzelne Bücher (immerhin ging es dabei um 10.000 Dollar pro Titel), die nicht als solche gekennzeichnet war, hatte eine Flut von verärgerten E-Mails bei amazon hervorgerufen und führte letztendlich zum Resultat, daß künftig klar ausgewiesen werden müsse, für welches Buch man gegen Geld auf der Web-Site wirbt.⁽⁵⁾

Eine grundlegende Eigenschaft macht das Produkt Buch im Internet besonders spannend: Bücher unterliegen den Gesetzen der Ware »Information«. Tatsache ist, daß jeder Inhalt, egal ob Text, Musik oder Film, als Information darstellt werden kann,

die auf Zahlen reduzierbar ist. Die Übermittlung von Informationen ist damit – vereinfacht gesagt – nicht mehr als die Übertragung einer Folge der Zahlen Null und Eins.

Für uns Konsumenten bedeutet das, daß wir den Inhalt von Büchern (das gilt übrigens genauso für CDs oder Computer-Software) sofort bei uns verfügbar machen können, so wie es eingangs in der Geschichte des verregneten Sonntags beschrieben ist. Anders also wie etwa bei Kleidung oder Lebensmitteln, die ja nicht einfach aus unserem Drucker kommen oder auf eine CD gepreßt werden können.

Die »Großväter« dieser Technologie der Informationsübertragung hat es bereits vor über 30 Jahren gegeben. 1957 gründete das amerikanische Verteidigungsministerium die Forschungsstelle ARPA (Advanced Research Projects Agency). Sie sollte durch gezielte Forschung die nationale Sicherheit besser schützen und suchte sich Partner vor allem in universitären Bereichen. Aus diesen Netzwerken resultierten zahlreiche Computer-Technologien, die für viele weitere Schritte in der Entwicklung des Internet und der Übertragung von Informationen grundlegend waren. Auslösendes Ereignis zur Gründung von ARPA war übrigens, daß die Sowjetunion den Satellit Sputnik in den Weltraum geschossen hatte – zur großen Überraschung der USA.

Gewagte Visionen haben auch die Geschichte der Weltraumforschung geprägt – sie wunden nur meist nicht ernst genommen oder haben sogar Gelächter ausgelöst, wie etwa die Beschreibungen Jules Vernes über die Schwerelosigkeit am Mond.

Vorhersagen über das Internet scheitern hier ein ähnliches Schicksal zu erleiden. Spannend wird für uns sein zu verfolgen, welche Prognosen hier eintreffen und welche nicht. Und davon werden wir schon in Kürze einiges selbst miterleben können, denn die Uhren im Online-Markt gehen anders: Ein Internet-Jahr soll vier Jahren im »realen« Leben entsprechen. ...

Quellenangaben

- (1) The Wall Street Journal.
 (2) »Amazon.com: Prototyp eines Unternehmens für das kommende Jahrtausend?« Studie der Unternehmensberatung Strategie, 1996.
 (3) Focus, 25/1999.
 (4) Laut Börsenblatt 22/1999 ist der Börsenwert sogar fast doppelt so hoch wie die gesamte amerikanische Buchindustrie.
 (5) Umfrage des Börsenwerts des deutschen Buchhandels, Frühjahr 1999.
 (6) Christof Heikemeier, Börsenblatt.net, 4.2.1999

- (7) Bertelsmann Vorstandsvorsitzender Dr. Thomas Middelhoff gab im Frühjahr 1999 seine Einschätzungen vor Journalisten in New York: In fünf Jahren könnten rund 10% des Buchmarktes über den Vertriebsweg Internet erzielt werden, in zehn Jahren möglicherweise bereits 30%.
 (8) Harald Kiesel (Interview), Börsenblatt.net, 21.1.1999.
 (9) Los Angeles Times, 29. Juni 1999.
 (10) Die New York Times hatte im Januar 1999 über diese neue Praxis berichtet, noch am selben Tag kündigte amazon an, Werbung ab sofort klar auszuweisen.

Abo jetzt!



Bestellen Sie BUCHKULTUR im ABO und Sie erhalten Ihr ganz persönliches Geschenk!

Es stehen Rezensionen drin, Porträts, Nachrichten, Hintergrundgeschichten, geschrieben von guten Autoren, sorgfältig recherchiert und redigiert, immer am Puls der Zeit.

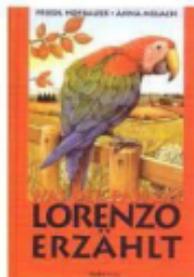
DIE WOCHE, Hamburg



Marge Piercy
Er, sie und es
Argument Verlag
Science-fiction vom Feinsten.
„Facetteneich und spannend wird die Geschichte von Frankenstein im 21. Jahrhundert weltgespinnen.“ FRIEDRICH
DM -/Fr 24,80/85 182

Donna Leon
Venezianisches Finale
Commissario Brunetti's erster Fall auf 2 Kassetten
Der Hör Verlag.
Mord in der Dpet. Ein Sumpf aus Profitgier, Machtgier und Korruption tut sich für Commissario Brunetti auf.
DM 32/85 239/sFr 30,30

Donna Leon
VENEZIANISCHES FINALE
COMMISSARIO BRUNETTI'S ERSTER FALL
Hörbuchausgabe
Hörbuch-Verlag
Mord in der Dpet. Ein Sumpf aus Profitgier, Machtgier und Korruption tut sich für Commissario Brunetti auf.



Friedl Hofbauer/Anna Meloch
Was der Papagei Lorenzo erzählt
Dachs Verlag
Ein Kinderbuch (ab 10 Jahren), das sensibel macht für Tiere und Menschen und ihre Lebensweisen.
DM 24,80/85 179/sFr 23

Abo-Kupon 1999

Bitte ausschneiden oder faxen an: Buchkultur Verlag, Hütteldorfer Straße 26/4-6, A-1150 Wien, Fax: +43/1/786 33 80-10, e-mail: buchkultur@mycity.at

- Ja**, ich bestelle:
- Jahresabo '99 + Geschenkbuch
DM 42/85 280
Verlängert sich automatisch, wenn nicht spätestens 1 Monat vor Ende schriftlich gekündigt wird.
 - Geschenkabo 99 + Geschenkbuch
 - Studenten-/Schülerabo 6 Ausgaben (ohne Geschenkbuch)
DM 28/85 180 (***)
Diskontobestätigung/Schülerausweis (in Kopie) ist beizulegen. Kann durch Zuordnung einer neuen Diskontobestätigung verlängert werden.

Als ABO-Geschenk wähle ich das Buch (bitte ankreuzen!) 1 2 3

(***)Zus. Versandkostenanteil für Auslandabos.

Ab jetzt geht man

zum Frisör

Niemand kommt drum herum!

Die deutsche Rechtschreibung mit Orthograf-Rechtschreibkonverter Professional

- Microsoft Word 2000-kompatibel
- Mit Online-Sprachberatung
- Ermöglicht eigene Benutzerwörterbücher:
- Integration von Hausschreibweisen
- Erweiterbar über Orthograf-Homepage
- Mit Benutzerlexikon "Presseagenturen"
- Über 2 Millionen mal verkauft - als Buch und CD!

Systemvoraussetzungen:
PC Pentium, Windows 95 oder Windows 98, 8 MB RAM (empfohlen),
16 MB, 15 MB freier Festplattenspeicher, 4-stich CD-ROM Laufwerk,
EGA-Grätzkarte mit 65.536 Farben, 16 Bit Soundkarte, Windows
kompatible Maus

Die deutsche Rechtschreibung:

Die CD enthält den deutschen Wortschatz in der neuen und alten Rechtschreibung in über 600.000 Eintragungen. In übersichtlicher Form werden Aussprache, Herkunft und Bedeutung der einzelnen Wörter erklärt, sowie die Neuerungen in Rechtschreibung, Trennung und Zeichensetzung erläutert. Ausführliche grammatische Erläuterungen mit Deklinations- und Konjugationstabellen runden dieses Hilfsmittel ab.

- Über 600.000 Eintragungen
- Mehr als 20.000 Angaben zu neuen Schreibungen und Wörttrennungen
- Neue Schreibweisen und Trennungen sind farblich hervorgehoben
- Umfassende Darstellung der neuen Regeln zu Rechtschreibung und Zeichensetzung
- Erläuterung wichtiger grammatischer Termini
- Enthält Deklinations- und Konjugationstabellen
- Erklärung von Aussprache, Herkunft und Bedeutung einzelner Wörter

auch erhältlich in der Basisversion
wie die Professional, jedoch ohne die
Möglichkeit, eigene Benutzerlexika zu
integrieren.

Die deutsche Rechtschreibung - Basisversion

DM 49,-
öS 369,-



Der Orthograf Rechtschreibkonverter Professional

Mit Hilfe des Bertelsmann Rechtschreibkonverters können Sie Texte oder einzelne Wörter direkt in Ihrer Textverarbeitung in die neue Rechtschreibung übertragen. Die Professional-Version verfügt über alle Funktionen der Standardversion, zusätzlich können jedoch eigene Benutzerlexika (z. B. für Presseagenturen oder Fachsprachen) angelegt und verwaltet werden.

- Es können beliebig viele Benutzerlexika integriert werden:
 - ▶ Benutzerlexika können beliebig viele Einträge umfassen, ohne daß die Geschwindigkeit der Konvertierung abnimmt.
 - ▶ Auf Knopfdruck kann aus dem Rechtschreibkonverter heraus die Orthograf-Homepage mit heruntergeladenen Benutzerlexika aufgerufen werden.
 - ▶ Benutzerlexika können in einem Netzwerk zentral verwaltet werden. Eine Erweiterung bzw. Änderung eines Benutzerlexikons ist dann sofort für alle, die auf dieses Lexikon zugreifen, gültig.
- Der Inhalt der Zwischenablage kann automatisch konvertiert werden.
- Kann perfekt in Microsoft Word integriert werden.
- Konvertierung von geschützten Formularen in Word 97 und Word 2000.
- Internet-Integration: Aus dem Konverter heraus kann direkt die Sprachberatung des Bertelsmann Lexikon Verlages aufgerufen werden.

ACHTUNG: Netzwerklizenzen:

Für beide Versionen gibt es Netzwerklizenzen. Ihr Händler informiert Sie genau!

Jetzt im Handel erhältlich!

www.kochmedia.at

Deutschland:
KOCH Media
GmbH
Lochhamer Str. 9
D-82152 Planegg/München
Tel +49 89/85795-120

KOCH
MEDIA

Österreich:
KOCH Media
Vertriebsges.m.b.H.
Tivoligasse 25
A-1120 Wien
Tel +43 1/815 0026-0

LERNEN ALS HERAUSFORDERUNG

Täglich erleben wir, daß Informationen nicht nur zwischen zwei Buchdeckeln, einem Zeitschriftenumschlag oder mittels einer Zeitung transportiert werden. Die CD-ROM hat ihren festen Platz erobert und das Internet ist dabei, zum schnellsten und weltumfassendsten Medium zu werden.

Während sich die Buchhändler über Warenwirtschaftssysteme Gedanken machen und über das Ladenschlußgesetz diskutieren, kann man fast jedes gewünschte Buch auf der Welt über das Internet bestellen. Während Verlage die Informationen ihrer Autoren in komplizierten Prozessen drucken und binden lassen und über Verkaufsstellen verbreiten, kann man sich über einen Bildschirm alle nur denkbaren Informationen zu jeder Tageszeit abrufen, sichten und in den gewünschten Teilen ausdrucken.

Das Informationsverhalten hat sich in den letzten Jahren vollkommen gewandelt, wobei wir erst am Anfang einer gewaltigen Entwicklung stehen – nur die Ausbildung unserer jungen Leute, die Zukunft der Buchbranche, orientiert sich an den traditionellen Produkten und Strukturen. Die Weichen für die Zukunft zu stellen, wurde versäumt. Darüber helfen auch die im vergangenen Jahr revidierten Berufsbilder nicht hinweg, die nicht berücksichtigen, daß wir nicht in Produkten, sondern medienübergreifend an die Bedürfnisse unserer Kunden denken müssen.

Das Aufgabenfeld des Sortimenters ändert sich, weg vom Verkauf und der Besorgung klassischer Medien hin zum Medienhandel und zur Informationsvermittlung. Wenn es uns in der Ausbildung in den nächsten Jahren nicht gelingt, die neuen Entwicklungen aufzugreifen und darauf zu reagieren, werden sich die Probleme unserer Branche vergrößern.

Notwendigen Veränderungen steht zum einen das Festhalten am Buch und den damit verbundenen, liebgewordenen Traditionen, zum anderen aber auch die duale Ausbildung im Weg. Das Buch möchten wir nicht missen und es wird auch in Zukunft im Mittelpunkt stehen, und um die duale Ausbildung beneiden uns manche Nationen. Wir müssen aber, losgelöst von allen bisherigen Strukturen, alles in Frage stellen und uns über die Ausbildung der Zukunft Gedanken machen.

Ein Umdenken fände automatisch statt, wenn Buchhändler und Verlagskaufleute nicht in getrennten Klassen und sogar Schulen verkaufen lernen. Warum bilden wir nicht Medienkaufleute aus, die die Marketinginstrumente kennen und medienübergreifend verkaufen können? Im Sortiment, im Verlag, im Gartencenter und wo auch immer oder als Anzeigenverkäufer im Zeitungs- und Zeitschriftenbereich?

Denkbar wäre, von einer zweieinhalbjährigen Ausbildung ausgehend, in einem halben bis ganzen Jahr eine Grundausbildung anzubieten, in der man lernt, wie die gesamte Branche funktioniert, welche Märkte es gibt und welche Bedürfnisse bei unseren Kunden bestehen. In einem zweiten Schritt lernt man verkaufen und wird zum Marketingfachmann oder Medienkaufmann ausgebildet, quer durch alle Medien.

Ob wir die Druckvorstufe bei der Buch- und Zeitschriftenherstellung in Haus machen oder einen Internetauftritt planen, wir müssen uns entsprechend ausgebildete Spezialisten aus den Druckereien oder aus den Softwarefirmen holen. Warum bilden wir nicht Produzenten, die wissen, wie man eine marktgerechte CD-ROM produziert, wie man mit Mac und Scanner umgeht und ein Internetangebot aufbaut?

Wer sich für die Produktion entscheidet lernt im Anschluß an die gemeinsame Grundausbildung mit den Marketingleuten, mit dem Mac umzugehen, Satz-, Druck- und Bindeverfahren, kalkulieren und wirtschaftlich einzukaufen. So jemand kann das Informationsverhalten der Interessenten und kann mediengerechte Produkte entsprechend den Bedürfnissen entwickeln.

Brauchen wir noch die klassische Ausbildung, die sich aus den Zeiten der Zünfte entwickelt hat? Ist die Berufsschule in herkömmlicher Form noch sinnvoll, in der agelernete Lehrer unterrichten und keine Profis, die den jungen Leuten z.B. EDV-Kenntnisse beibringen können und sich nicht im Klassenzimmer die neueste Software erklären lassen müssen.

Unsere Auszubildenden haben zu 80 Prozent Abitur. Turnen tut gut und Religion schadet nicht. Wer aber nach dem Abitur mit einer Lehre beginnt, sollte auch ohne die für Realschulabgänger notwendigen Fächer auskommen. Man sollte daher auf die allgemeinen Fächer verzichten und Spezialausbildungen anbieten, die einen Start in das Berufsleben schnell ermöglichen und vermeiden, alles Wissen von Kollegen abschauen zu müssen oder sich in Zusatzkursen Spezialkenntnisse anzueignen.

Ein Ausbildungsprogramm für Abiturienten zu entwickeln, würde zu einem „Zwei-Klassen-System“ führen. Wäre das aber nicht ein Weg, der den Anforderungen an die Aufgaben der Zukunft und den Bedürfnissen unserer Unternehmen entspräche? Wir hätten dann Fachleute

Ausbildung im 21. Jahrhundert

HELMUTH BAUR-CALLWEY

für den Sachbearbeiterbereich und Spezialisten für die mittlere Führungsetage.

Die Alternative sind Hochschulabsolventen, die bereits heute alle wichtigen Führungspositionen besetzen, da sie in der Lage sind, sich das »bläulichen Branchenkenntnis« rasch anzueignen. Daß dies nicht immer ausreicht, zeigt der Alltag.

Da die gewachsenen Institutionen zu schwerfällig sind, wird bei den Verbänden in Zukunft nicht nur die Aufgabe der Fortbildung liegen, sondern es müssen Alternativangebote für die Ausbildung entwickelt werden. Deren Abschluß mit entsprechendem Zertifikat, ausgestellt vom Verband oder anderen Institutionen, müßte den gleichen Wert haben, wenn nicht höher angesiedelt sein, wie ein Papier der IHK.

Welche Gremien sich auch immer in Fragen der Berufsbildung zusammenfinden, sie sind »parteilich« besetzt. Arbeitgeber versuchen möglichst viel »Nutzen aus ihren Anvertrauten zu ziehen, Arbeitnehmervertreter suchen nach »Gleichstellung und Einbindung in das System und die Kultusbehörden verfolgen mit antichristlichem Eifer alles, was nicht mit Vorschriften und Gesetzen in Einklang zu bringen ist.

Die Zukunft bewältigen wir aber nur dann, wenn alle drei Seiten, die Arbeitgeber, die Gewerkschaften und die staatlichen Institutionen bereit sind, nicht den eigenen Vorteil zu suchen und die jeweiligen Standpunkte zu verteidigen, sondern an die zukünftigen Chancen und Möglichkeiten der jungen Leute und unserer Branche zu denken, die wir heute für ein gemeinsames Morgen ausbilden. □

Haben Öffentliche Bibliotheken eine Zukunft?

Bibliotheken haben mit Vorurteilen zu kämpfen. Doch die neuen Medien verschaffen ihnen Rückenwind

HORST NEISSER

In den vergangenen Jahrhunderten wurden Informationen beinahe ausschließlich in Papierform angeboten (Bücher, Zeitschriften, Zeitungen). Entsprechend konzentrierte sich das Angebot von Bibliotheken auf diese Medien. In der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts sind neue Informationsträger dazugekommen: zuerst Schallplatten, dann Tonbänder und Videokassetten, später CD-Platten, Musikassettens, Das usw. Auch diese neuen Medien mußten und wurden folgerichtig in das Angebot der Öffentlichen Bibliotheken integriert und von den Benutzern auch heftig nachgefragt.

Inzwischen werden immer größere Teile der Information nicht mehr gedruckt, sondern elektronisch veröffentlicht. Es gibt seit Jahren so gut wie keine Börsenblattausgabe, in der nicht ein Artikel über elektronische Publizieren erscheint. Natürlich mußten auf Grund dieser Entwicklung nun auch

Computer und entsprechende elektronische Medien wie CD-ROM, Disketten oder DVD Einzug in die Bibliotheken halten. Auch darf das Internet nicht vergessen werden, das zentrale Informations- und Kommunikations-Medium des ausgehenden Jahrtausends.

Gerade in diesem Medium bahnen sich zur Zeit Innovationen an, von denen die Arbeit der Öffentlichen Bibliotheken grundlegend in Frage gestellt oder zumindest stark verändert werden wird. Es geht um die Online-Publikation von Büchern und Artikeln, sowie das Herunterladen digitaler Veröffentlichungen.

Der Umgang mit digitalen Quellen ist für Bibliotheken nicht neu. Schon seit Jahren wird routinemäßig von einigen Bibliotheken in Online-Datenbanken recherchiert. Doch haben sich diese Informationskanäle nicht allgemein durchgesetzt. Die kommerziellen Datenbanken sind teuer und

nicht für jedermann zugänglich. Zudem sind sie sehr teuer, weil nach Einschaltzeiten abgerechnet wird, und man muß erst schwierige Retrievalsprachen lernen.

Elektronische Publikationen

Auf Medien wie Internet oder elektronische Bücher, wie das Rocket-Book, sind Öffentliche Bibliotheken nicht vorbereitet. Sie bringen eine Fülle neuer Probleme mit sich, deren Lösung noch nicht einmal in Ansätzen sichtbar ist. So stellt sich als zentrale Frage, ob elektronische Bücher überhaupt in das Bibliotheksangebot aufgenommen werden können. Von der Organisation und dem Handling ganz zu schweigen. Die Verlage werden die elektronischen Bücher wohl nicht verschenken. Das Herunterladen der entsprechenden Book-Files aus dem Internet wird deshalb Geld kosten. Andererseits werden Bibliotheken diese Files nicht einfach kaufen und an ihre Kunden weitergeben können, wie sie es in der Vergangenheit mit den gedruckten Werken getan haben. Elektronische Files lassen sich nämlich ohne großen Aufwand kopieren. Die illegale Kopie war zwar auch bei den Printmedien möglich, aber mit welchem Aufwand und welchen Kosten! Trotzdem haben bereits die Fotokopierer in den Bibliotheken die Verlage auf die Palme gebracht.

Es wäre auch wirtschaftlich gesehen ein Unding, daß man über Bibliotheken die neuen digitalen Bücher via Raubkopie zum dauerhaften Besitz kostenlos beziehen kann, während sie auf dem normalen kommerziellen Vertriebsweg recht teuer sind. Dem werden und können die Verlage nicht zustimmen.

Diese Schwierigkeit kann aber andererseits nicht bedeuten, daß Bibliotheken zum ersten Mal in ihrer Geschichte ein neues Medium nicht anbieten dürfen. Wenn Bibliotheken die neuen, elektronischen Bücher nicht mehr zur Verfügung stellen können, müßte ein immer größerer Teil der neu erscheinenden Informationen von Schülern und Studenten, von Besserverdienenden und Sozialhilfeempfängern selbst gekauft werden. Die negativen gesellschaftlichen Auswirkungen im Hinblick auf Chancengleichheit und Informationsfreiheit, Fortbildung und Ausbildung sind offensichtlich.

Es gilt deshalb, rechtzeitig mit dem Inhabern der Urheberrechte und dem Gesetzgeber ein Abkommen zu treffen, das es den Bibliotheken erlaubt, auch weiterhin ihre Aufgaben zu erfüllen, und das gleichzeitig

die Urheber schützt. Der derzeitige, rechtliche Status quo muß ins digitale Zeitalter getrennt werden. Deshalb ist das neue Urheberrecht, das derzeit in der EU vorbereitet wird, für öffentliche Bibliotheken nicht akzeptabel.

An dieser Stelle muß eine Einschränkung gemacht werden: Zur Zeit dreht es sich in erster Linie um den Sach- und Fachbuchsektor. Belletristik ist von der neuen Entwicklung bisher ausgenommen. Nur wenige Menschen haben zur Zeit Lust, Romane oder gar Gedichte auf einem Bildschirm zu lesen. Ob dies so bleibt sei dahin gestellt. Die heutigen Kids haben ganz andere Rezeptionsgewohnheiten als ihre Eltern. Im übrigen finden sich immer mehr Seiten im Internet, in denen junge Leute ihre Werke direkt publizieren. Schließlich ist es ungeheuer schwierig, einen Verlag in Deutschland zu finden, der nicht arrivierte, deutsche Autoren publiziert. Darüber hinaus verlangen die meisten Verlage inzwischen Druckkostenzuschüsse. Wissenschaftliche Publikationen werden unendlich so gut wie nicht mehr angenommen. Da bietet sich das kostenlose Internet als Publikations-Plattform geradezu an.

Die elektronischen Bücher verursachen aber nicht nur neue Probleme, sie helfen auch alte zu lösen. So spielen auch für Bibliotheken mangelnde Lagerkapazitäten eine große Rolle. Die Magazine-quellen über. Die neuen Medien wären über die Netze leicht und schnell zu beschaffen. Ein Teil der Bücher müßten nicht mehr vorrätig gehalten und mit großem Aufwand eingearbeitet werden. Der heutige Weg vom Einkauf über Follierung, Katalogisierung, Verschlagwortung, Einstellen und schließlich wieder Ausschneiden ist nämlich teuer und langwierig. Der elektronischen Publikationen wäre unter diesen Gesichtspunkten gleichsam ein Befreiungsschlag.

Die elektronische Zentralbibliothek

Das Bundesforschungsministerium geht noch einen Schritt über das projektierte Internetangebot hinaus: Es plant eine zentrale elektronische Bibliothek. Der ehemalige Zukunftsminister Rüttgers sprach auf einer Pressekonferenz von einer elektronischen Weltbibliothek, in der die deutsche Wissenschaft in der ersten Reihe sitzen soll. Er verwies auf die Deutsche Bibliothek in Frankfurt und die Bücherei Preussischer Kulturbesitz, zwei Projekte die mit hohen Sum-



Auch heute werden noch aufwendige Bücher produziert, wie hier das Brockhaus Lexikon im Styling von André Heller. 312 Teile mußten von Hand in die Kästchen am Einband jedes Buches gelegt werden. Die Bücher werden so zu Unikaten.



men gefördert werden.

Da stellt sich doch die Frage: Warum also noch Bücher kaufen oder in Bibliotheken ausleihen, wenn man sie elektronisch beziehen, am Bildschirm lesen und sogar zu Hause ausdrucken kann? Aber ganz so einfach ist es mit der schönen, neuen Welt nicht. Es gibt verschiedene Aspekte, die dagegen sprechen.

Zum einen müssen Informationsbestände gepflegt werden, auch und gerade wenn sie elektronisch sind. Ein Buch kann man noch nach 200 Jahren lesen. Wie sieht dies mit elektronischen Medien nach nur fünf Jahren aus? Da muß ständig umkopiert werden. Wenn wir nicht aufpassen, können wir das Schrifttum der Gegenwart in Zukunft nur noch mit Computern aus dem Museum lesen. Doch diese Einsicht kann den Glauben an den Fortschritt und den Nutzen von Zentralisierung nicht aufhalten. Schließlich könnte das ständige Umkopieren in einer großen Zentralbibliothek in Deutschland geschehen. Dort sind alle Bücher gespeichert und können abgerufen werden.

Doch wenn man so radikal denkt, so soll-

te man noch einen Schritt weitergehen. Eine Deutsche Bibliothek in Frankfurt ist nicht nötig. Es genügt, wenn sich alle Bibliotheken des Landes in die Library of Congress in Amerika einwählen. Dort sind schließlich alle Bücher und Informationen der Welt vorrätig.

Welche Argumente sprechen gegen diese geniale Lösung? Zunächst werden sicher die Inhaber der Urheberrechte gegen diese Form der Rationalisierung Einwände haben. Doch vielleicht finden sich Möglichkeiten, daß sie dennoch zu ihren Kosten kommen. Aber schon heute gibt es ständig Staus auf der Datenautostrasse. Je mehr die Zentralisierung fortschreitet, desto länger muß auf den Zugang zur Information gewartet werden. Doch auch dieses Argument läßt sich mit Optimismus und fortschreitender Technik widerlegen. Aber was ist, wenn dieser zentrale Speicher zerstört wird? Beendet heute ein Bibliothek ab, so gibt es immer noch viele Bibliotheken. Die Information ist noch an anderen Stellen vorrätig. Doch wahrscheinlich läßt sich auch dieses Sicherheitsproblem irgendwie lösen.

Was am meisten beunruhigt, ist der

Machtfaktor, der einer derartigen Entwicklung immanent ist. Die Bücherverbrennung der Nationalsozialisten war ein symbolischer Akt. Es waren zu viele Bücher im Umlauf, als daß man die Gedanken der verfeindeten Autoren aus der Welt hätte schaffen können. Wird aber der Muttertrentensatz eines Buches im Zentralspeicher gelöscht, dann ist es für immer verloren.

Den totalitären Alptraum kann man noch auf die Spitze treiben. Wie ist es mit den Zugangsbeschränkungen? Man könnte einzelnen Benutzergruppen, Angehörigen bestimmter Nationen oder Rassen den Zugang zu den elektronischen Bibliotheken verweigern. Wissen ist tatsächlich Macht. Eine elektronische Zentralbibliothek wäre ein ungeheurer Machtfaktor, der kaum zu verantworten ist. Dennoch wird intensiv an dem Projekt gearbeitet.

Sind öffentliche Bibliotheken in Zukunft noch nötig?

In der Öffentlichkeit wird immer wieder die Frage gestellt: Brauchen wir in Zukunft überhaupt noch Buchhandlungen und Bibliotheken, wenn sich jeder von zu Hause über das Internet Bücher und Dokumente selbst besorgen kann? Diese Frage ist blauäugig. Computer und Modems sind bisher noch lange nicht so weit verbreitet, wie es uns die Zeitungen einreden wollen. PCs werden in den meisten Haushalten noch zum Spielen verwendet. In breiten Kreisen der Bevölkerung fehlt darüber hinaus das Know How im Umgang mit der neuen Informationstechnologie. Die Leistungskapazitäten sind noch so begrenzt, daß die Wartezeiten zum Teil unermäßig lang sind. Auch auf den finanziellen Aspekt, der Öffentliche Bibliotheken unabhängig macht, wurde bereits hingewiesen.

Obgleich vielleicht bald die Mehrheit der Bevölkerung über Computer und Modem verfügt, und sich die Bürger dann ihre Informationen theoretisch selbst besorgen könnten, werden dennoch die Informationszuwänge über Öffentlichen Bibliotheken weiterhin dringend benötigt. Es entstehen nämlich immer mehr geschlossene Netze. Auch die deutsche Bundesregierung plant ein geschlossenes Internetnetz für die Forschung an den Universitäten.

In Amerika wird ein Internet II vorbereitet, zu dem nur noch wenige Zugang haben sollen. In Nordrhein-Westfalen wurde eine „digitale Bibliothek“ in Leben gerufen, zu der aus Urheberrechtsgründen nur Hoch-

schulangehörige Zugang haben. Öffentliche Bibliotheken mit ihrer Aufgabe, Informationen zu demokratisieren und allgemein zugänglich zu machen, müssen bei dieser Entwicklung gleichgültig eingreifen. Zumindest in ihren Räumen müssen alle Bürger Zugriff auf alle verfügbaren Informationen, also auch auf die geschlossenen Netze haben.

Doch es geht noch um prinzipielle Fragen. Das Problem der Gegenwart ist nicht die Unterversorgung mit Informationen, sondern ein scheinbares Überangebot. Die Globalisierung hat zu einem Informations-Dschungel geführt, in dem sich nur noch Fachleute zurecht finden. Es gilt, die richtige (!) Information weltweit zu finden. Wer heute als Laie etwas im Internet sucht, wird Interessantes finden, aber ist es das was er wirklich braucht? Oft helfen die besten Suchmaschinen nicht weiter, denn die Erschließung der Datenbanken geschieht nicht intellektuell, sondern automatisch. Die vorhandene Informationsfülle wäre auch intellektuell nicht mehr zu bewältigen. Zudem ändern sich Adressen und Inhalte in rasender Geschwindigkeit.

Alle bisherigen Erschließungsinstrumentarien müssen das versagen. Eine Adresse, die heute noch wertvolle Informationen geliefert hat, gibt es morgen häufig schon nicht mehr. Deshalb sind auch die Bemühungen einiger Bibliotheken, Internet mit kommentierten Link-Sammlungen gemeinsam zu lekturieren, zum Scheitern verurteilt. Man kann das Internet nicht katalogisieren – noch wenn es Bibliothekare gerne möchten!

Ist schon das Suchen schwierig, so ist die Beurteilung des Gefundenen noch schwieriger.

Bei herkömmlichen Verlagen ist vor der Publikation ein Lektorat zwischen geschaltet. Der Verlag übernimmt damit die Verantwortung für die Qualität des Publizierten. Er hat einen Ruf zu verlieren. Außerdem weiß man meist schon aus dem Verlagsprofil, was man von der Publikation zu halten hat. Ein medizinisches Buch aus dem Ariston-Verlag hat eben eine andere Qualität als eines aus dem Thieme-Verlag.

Im Internet kann jedoch jeder publizieren und man findet dort haarsträubendes Unsinn. Wer kann dies beurteilen und die Rezipienten warnen, wenn nicht die Informationsspezialisten in Bibliotheken. Sie müssen in Zukunft die Validität der Information beurteilen und ihre Einschätzung den Kunden mitteilen.

Computerliteracy

Schon der Vergingenseit waren vernünftig geführte Öffentliche Bibliotheken nicht einfach eine Ansammlung von Medien. Auch in der Zukunft wird die Beratung wichtiger sein, als der Buchbestand. Die Vermittlung tritt mehr und mehr an die Stelle der Verwaltung von Medien. Je mehr die physikalischen Bücher durch die Angebote der Netze an Bedeutung verlieren, desto mehr sind die Hilfestellungen der bibliothekarischen Fachleute bei der Informationssuche gefragt. Die Bibliothekare werden zu »Navigatoren auf der Datenautobahn«.

Aber auf das Personal der Bibliotheken kommen noch weitere neue Aufgaben zu. Sie müssen nicht nur den Informationsmarkt durchforsten und strukturieren helfen, sondern die Bevölkerung bei der Kompetenzgewinnung unterstützen. Das abgedroschene Wort von der Medienkompetenz ist immer noch der Schlüsselbegriff für die Aufgaben der Zukunft.

So ist die Fähigkeit, mit den neuen Informationsmedien umzugehen, nicht selbstverständlich.

Es gibt alterspezifische und soziale Hindernisse. Die Fähigkeit Computer und Informationsnetze handhaben zu können, wird in Zukunft ausschlaggebend sein für den Platz des einzelnen in der Gesellschaft. Besonders ältere Menschen sind hier benachteiligt. Nicht umsonst sind Interneteinführungen für Leute über 45 Jahre stets angebracht.

Wenn Bibliotheken jedem in dieser Gesellschaft Zugang zu allen Informationen gewähren sollen, so genügt es in Zukunft nicht mehr, Medien anzubieten und vorrätig zu halten. Die Bibliotheken müssen sich darum kümmern, daß die Menschen die neuen Medien auch benutzen können. Der Umgang mit ihnen muß gelehrt und eingeübt werden. Die Amerikaner und Engländer nennen dies Computerliteracy (litracy: Fähigkeit zu lesen, Computerliteracy: Fähigkeit mit der Informationstechnologie umzugehen).

Nur wenn sie diese neuen Aufgaben übernehmen und kompetent erfüllen, sind Bibliotheken weiterhin Garanten für Chancengleichheit und Informationsversorgung.

Die Arbeit in den Bibliotheken geht also vom Materiellen (wir haben bisher das konkrete greifbare Buch, die Schallplatte oder den Videofilm vorrätig gehalten und dem Kunden tatsächlich ausgehändigt) zum Immateriellen, zum Virtualen.

Menschliche Begegnung

Aber Information ist nicht alles. Gerade in Zeiten der Computerarbeit, der elektronischen Kommunikation, bekommt die menschliche Begegnung eine neue Bedeutung. Der Slogan der 70er Jahre, »Wir sehen uns in der Stadtbibliothek«, erhält unter diesen Umständen eine neue Aktualität. Die Stadtbibliothek soll Mittelpunkt eines kulturellen Geflechtes in der Kommune werden. In verschiedenen Veranstaltungen, Ausstellungen und Vorführungen. Hier trifft man sich und kann sich austauschen. Ohne Bibliotheken wäre so manche Stadtkulturarbeit nicht möglich. Bibliotheken schaffen Kontakt mit Autoren, organisieren Ausstellungen und vieles mehr.

Auch die Kinder und gerade die Jugendlichen, die bisher ständig vernachlässigt wurden, bedürfen eigener Programme. Leseförderung ist im Computereitalter nötiger denn je. Die Mehrheit der Kinder liest zwar auch heute noch, aber sie lesen anders. Sie sind umfassend interessiert. Sie begeistern sich heute für Computerspiele ebenso wie für Videokassetten und eben auch für Bücher. Ihnen muß die Bibliothek Hilfestellung im Umgang mit den Medien leisten. Wir brauchen Kinder, die gelernt haben, die Glotze auch einmal abzuschalten und zu einem Buch zu greifen. Das heißt, es müssen ihnen attraktive Alternativen zur gängigen Medien-

nutzung geboten werden, und sie müssen lernen, sie zu nutzen.

Und die Zukunft?

Die Öffentliche Bibliothek der Zukunft wird nicht nur andere Aufgaben erfüllen, sie wird auch räumlich anders gestaltet sein. Um nur ein Beispiel zu nennen: So wird in absehbarer Zeit die Verbuchungstheke nur noch für schwierige Fälle benötigt. Die Bücher und anderen Medien sind in Zukunft mit kleinen Chips versehen, die sowohl die Sicherung, als auch die Verbuchung garantieren. Die Besucher haben ihren Bibliotheksausweis in der Tasche und geben einfach mit den entliehenen Medien zwischen zwei Antennen hindurch. Die Bücher und der Ausweis werden per Radiofrequenz automatisch detektiert und die Medien dem Benutzerausweis zugeordnet. Dies geht sekundenschnell.

Es gibt noch viele Beispiele für technischen Innovationen, die in Vorbereitung sind und die Benutzung von Bibliotheken angenehmer machen werden. Sie alle zeigen den Umbruch, vor dem die Öffentlichen Bibliotheken stehen.

Für das Personal ist dies nicht nur schwierig, sondern zum Teil auch schmerzlich. Vieles von dem, was ein Leben lang gültig war, wofür man zählen und stolz sein konnte, wird auf einmal nicht mehr benötigt. Man

muß nicht nur umlernen, sondern große Teile des Berufes neu lernen.

Dazu kommen interne Umstellungen und neue Betriebsformen. Die Fragen von Public Relation und Sponsoring bekommen neue Dimensionen. In Zeiten knapper öffentlicher Finanzen müssen die Bibliotheken mit Kreativität und Geschäftssinn Ressourcen aufzurufen, mit denen sie die Innovationen auch bezahlen können. Ihre Kunden stellen nämlich Ansprüche. Vorbei die Zeiten, in denen man nur Dank für den kostenlosen Unterhaltungstext auch noch das »Dreiecksbüchchen« Adalbert Stifter mit nach Hause schleppte. Dafür sind die Bibliotheksbesucher aber auch bereit, einen Unkostenanteil zu zahlen, sofern – und das ist sehr wichtig – das Angebot stimmt.

Jahrzehnte lang beherrschte Dogmen sind von heute auf morgen nicht mehr haltbar. Die Öffentlichen Bibliotheken stehen vor einem kaum zu überblickenden Umbruch in allen ihren Teilen. Aber die Bibliothekarinnen und Bibliothekare stellen sich den Herausforderungen.

Erstwerd gelingt es den Öffentlichen Bibliotheken, in den nächsten Jahren eine zentrale Rolle in der modernen Gesellschaft einzunehmen, und damit wichtiger zu werden als je zuvor, oder ihre Tage sind gezählt. Ich glaube, man darf zuversichtlich sein. Optimismus ist angebracht. **LI**

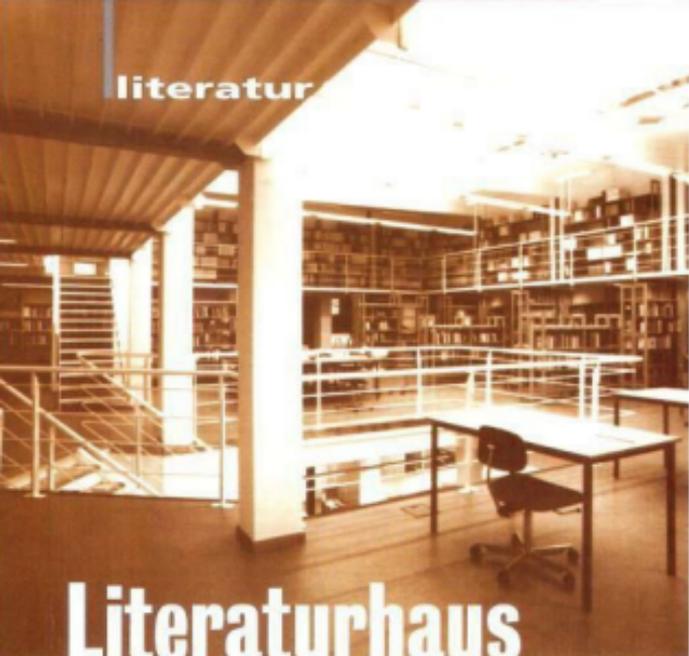
Das intelligente Papier

Heute versucht man Papier durch Displays zu ersetzen und Bücher durch E-Books. Doch diese Lösung ist auf alle Fälle unhandlicher, benötigt Strom und kann die Ästhetik eines Buches nicht ersetzen. Der einzige Vorteil: die Oberfläche eines Buches verändert. Was wäre nun, wenn das Papier auch diese Eigenschaft hätte. In MIT und bei Rank Xerox wird an dieser Lösung schon gearbeitet. Ein Weg besteht in einem Verfahren, das sich Mikroverkapselung nennt. Dabei bilden sich Schalen eines bestimmten Materials um ein anderes Material. Wir kennen das Prinzip beim Durchschreibepapier. Früher mußte ein spezielles Blatt dazwischen geschoben werden, um eine Kopie zu machen, heute ist eine Seite beschichtet und mit Druck eines Kugelschreibers kann man kleine Tintenkügelchen aufbrechen und die Schrift erscheint auch auf dem zweiten Blatt. Winzige Tintenzellen sind die Versauerer. Auch der Toner für Kopierer besteht aus kleinen Partikeln, die auf ein Blatt Papier gebrannt werden und dort das Licht absorbieren. Im Labor konnten nun noch kleinere Partikel hergestellt werden, die entweder schwarz oder weiß sind und dazu elektrisch verschieden geladen. In einem elektrischen Feld verteilen sich diese Partikel nach einem gewissen System. Wird das Feld umgepolt, tauschen sie die Seiten. Diese elektronische Tinte sorgt nun dafür, daß das Papier wieder verwendet werden kann. Damit hätte man eine Möglichkeit gefunden, dem Altpapier Herr zu werden. Unter dem Mikroskop ist



Foto: Rank Xerox

ein Blatt Papier relativ dick. Heute schätzt man, ein Papier könnte man rund 1000 Mal neu beschreiben. Man kann auch das Laden des Papiers systematisch betreiben und das Papier mit Elektroden und winzig kleinen elektronischen Schaltkreisen versehen. Nun kann man sich ein Buch vorstellen, in dessen Einband ein Empfänger eingebaut ist. Dadurch wäre es möglich, die leeren Seiten eines Buches aus Papier immer mit neuen Texten und später vielleicht auch bunten Bildern zu füllen. Ein elektronisches Buch wäre entstanden, das viel mehr mit den gewohnten Büchern zu tun hat, als mit den jetzt aufkommenden E-Books. Zukunftsmusik? Das wiederbeschreibbare Papier gibt es schon! **LI**



Literaturhaus 2000

Auch **Literaturhäuser** müssen mit der Zeit gehen, dafür sorgen schon die Autoren. REINHARD G. WITTMANN

Literaturhäuser, wie jenes in Wien, können der Stadt einen literarischen Wachstumsschub verschaffen

Für Menschen, die an Literatur interessiert sind, herrschen heute fast schon paradiesische Zustände. Noch nie gab es ein so reichhaltiges Angebot an Autorenlésungen, Diskussionen mit Autoren, Foren zu literarischen Themen, und das nicht nur in den Großstädten. Wahrscheinlich läßt sich keine veranstaltungsfreie Zeit mehr finden. Macht der Betrieb in den ländlichen, fremdenverkehrsorientierten Regionen. Nicht nur Salzburg hat bei den Festspielen seinen »Dichter zu Gast«, auch auf Schloß Elmau ist die Weltliteratur vier Tage lang zu hören, zu sehen und »anzufassen«. Dichter tummeln sich auf Schweizer Bergen in 2000 Metern Höhe und am Ostseestrand. Frühjahrswochen überziehen das (bayrische) Land und auf der »Nordtour« sind Schriftsteller im Herbst auch in kleinsten Orten an Nord- und Ostsee zu finden.

Mit der Vervielfachung literarischer Veranstaltungen geht ein anderer Prozeß einher, den Hans Magnus Enzensberger einmal den »Alka-Seltzer-Effekt« genannt hat. Literatur war einmal als Institution beschreibbar, Literatur fand statt zwischen Autor und Leser, begleitet von Vermittlern im Buchhandel und in den Medien. Die Leser der Bücher eigneten sich die Wahrnehmungsweisen und Formen der Welterfahrung an, wurden darin sozialisiert und gaben diese an andere weiter. Die neue Welt der Medien relativiert die Leitbilder und -gedanken. Die Orientierungen kommen vielmehr von Popstars, Fernsehlieblingen, Journalisten und Wortführern der »Szene«. Aber, und jetzt kommt der den »Alka-Seltzer-Effekt«: Wie die Tablette im Wasser, so hat sich die Literatur in viele Prozesse aufgelöst. In den Schlagzeilen, in der Popmusik, in der Werbung macht sich Poesie breit. Den Schriftstellern bleibt, so Hans Magnus Enzensberger, der Niederschlag im Glas.

In der Schlußfolgerung widerspreche ich Hans Magnus Enzensberger. Die Entwicklung wird anders verlaufen und wird auch Folgen für die Literaturhäuser haben.

Literaturhäuser sind Einrichtungen in den Großstädten. Dort besonders hat sich die wundersame Vernebnung literarischer Veranstalter und Veranstaltungen vollzogen. Bis ein Literaturhaus errichtet ist, ist allseits ein Warten und Mahnen vor Konzentration und Monopolisierung zu vernehmen. Damit das nach der Etablierung eines Literaturhauses nicht eintritt, krepeln die vermeintlich Betroffenen die Ärmel hoch, strengen sich mehr an denn je, und das literarische Leben einer Stadt hat nicht nur eine Einrichtung mehr, sondern einen Wachstumsschub vollzogen. Der Literaturbetrieb in dieser böhenen Drehzahl steckt auch andere Kultureinrichtungen an, und so darf auch bei den Opernfestspielen nicht mehr der literarische Programmstapel fehlen. Auslandskulturinstitute bieten im Inland Literaturreihen an, die Kulturbehörden der Kommunen und Länder wollen zeigen, daß sie auch noch da sind. Museen demonstrieren, daß sie in puncto literarische Ausstellungen kom-

Noch sind die Autoren auf klassische Lesungen eingeschworen – das wird sich in absehbarer Zeit ändern.



petent sind, Musikveranstalter laden Pop-Poeten ein usw.

Leisten können sich die anderen Kultureinrichtungen literarische Veranstaltungen ohne Probleme, denn die öffentliche und private Förderung bewegt sich bei Oper, Theater, Museen und Musikfestivals in Dimensionen, von denen rein literarische Einrichtungen nur träumen können.

Faktisch ist heute ein Zustand erreicht, bei dem das, was man als die Einzelelemente des Programms eines Literaturhauses bezeichnen könnte, auch an vielen anderen Orten und in vielen anderen Häusern anzutreffen ist. Natürlich nicht in der Dichte, sondern nur sporadisch, nicht in der Kontinuität, sondern nur punktuell.

Was waren gleich noch die Gründe für die Einrichtung von Literaturhäusern? Zuerst die Ermöglichung literarischer Veranstaltungen in einer programmatischen Ausrichtung für ein interessiertes Publikum. Da aber gibt es nun eine Menge Mitspieler.

Wohin also müssen sich die Literaturhäuser bewegen, um ihren Anspruch, das Herz des literarischen Lebens einer Stadt zu sein, zu behaupten? Meine Antwort: Fast unbemerkt von der Öffentlichkeit hat sich im Selbstverständnis vor allem der jüngeren Autoren eine Veränderung vollzogen. Längst nämlich geben sich diese nicht mehr damit zufrieden, den Niederschlag an Alka-Seltzer Glas zu liefern. Autoren sind nicht nur Verfasser literarischer Texte. Sie schreiben daneben auch Kritiken, Drehbücher, Radiotexte. Artikel für Zeitungen und Zeitschriften, sind Resistanten für »Hörbücher«, Darsteller in Performances, Partner von bildenden Künstlern und Musikern, Webtexter, Dozenten für Kreatives Schreiben und für Poetik, Übersetzer und Herausgeber, Internetdichter und Online-Spezialisten. Ihre Sozialisation ist durch die multimediale, zum Teil schon durch die digitale Welt erfolgt.

Ich möchte nicht unterschlagen, daß auch bei den älteren Autoren darstellerische Talente und phantasievolle Arrangements anzutreffen sind. Michael Köhlmeier ist ein hinreißender, frei sprechender Geschichtenerzähler. Einar Schleef's Resitation ist ein theatralischer Vorgang. Peter Bichsel ist ein Autor, bei dem man die Entstehung der Gedanken beim Reden verfolgen kann. Peter Rühmkorf legt bei Ausstellungen, die ihm gewidmet sind, selbst Hand an. Peter Nadas nimmt die Welt auch als Fotograf wahr. Aber letztendlich stehen diese Autoren eher für die Ausnahme als für die Regel.

Das Rollenbild des Autors befindet sich im Umbruch. Viele der jüngeren Autoren praktizieren das Schreiben in einer unangestrebten, nicht absolut gesetzten Weise. Schreiben und Musikmachen stehen oft gleichberechtigt nebeneinander. Tobias O. Meißner, in Berlin im Sommer 1999 für einen Text über Zukunft ausgezeichnet, erklärte sich bei der Preisverleihung demonstrativ zum Musiker. Christian Kracht und Benjamin von Stuckrad-Bore machen Werbung für die Kleidung von Peck & Cloppenburg. Man hat nicht den Eindruck, daß sie darin ein Problem für ihr Insa-

Eine neue Beziehung zwischen Autoren und Literaturhäusern: In München werden schon heute Seminare und Workshops angeboten



ge als Autoren sehen. Im Gegenteil. Dandyhafte Attitüden, andere künstlerische Praktiken, Internetkompetenzen, alles ist nicht nur miteinander verträglich, sondern wird zur wechselseitigen Steigerung der kreativen Fähigkeiten kombiniert. Damit sind die jungen Autoren die idealen Partner für eine Einrichtung, die sich der Vermittlung von Literatur verpflichtet hat. Nur daß die Vermitt-

lung, also die Ausstellung, die Lesung, das Gespräch, durch die unmittelbare Einbeziehung der Autoren eine neue künstlerische Qualität erhalten muß. Im Grunde muß, soll, wird ein neuer Typus von »Veranstaltung« entstehen, der neben die klassischen Formen wie das literarische Café oder dem literarischen Salon oder Vortrag tritt. Die darstellerische und inszenatorische Phantasie wird in sehr viel stärkerem Maße als heute von den Autoren selbst kommen.

Wir wollen diesen Weg verstärkt gehen. Thea Dorn, Philosophiezentrin und Kriminologin, soll eine Reihe zu »Mord & Totschlag« gestalten. Feridun Zaimoglu hat Dr. Benn als seinen »Jahrbuchautoren« benannt und will ihm mit seinem medizinischen Wissen und seinen musikalischen Vorstellungen auf den lyrischen Leib rücken. Marcel Beyer präsentiert Francis Ponge »Le Savon« (Die Seife) in einem nichtgehalteneren Vortrag und mit einer Sammlung von Seifen. Ein anderer, weniger spektakulärer Aspekt einer neuen Beziehung von Autor und Literaturhaus ist der Workshop und das offene konstruktive Arbeitsgespräch. Auch hier ist eine Entknüpfung zu beobachten, weg vom hehren Denken und genialischen Entwerfen, hin zu Praktiken im Handwerk des Schreibens. Seminare und Workshops und Arbeitstreffen gehören heute schon zum Alltag des Literaturhauses München. Ich bin überzeugt, daß im Zukunft davon noch mehr stattfinden wird. □

Junge Autoren sind ideale Partner für Literaturhäuser – wenn sie wollen

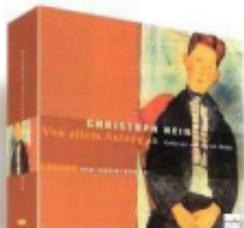
Foto: Margarete Petrich

Und plötzlich sind Sie ganz Ohr...



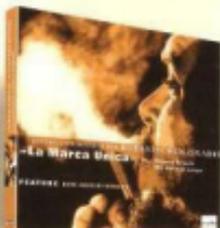
ULRICH MÜHE LIEST CHRISTOPH HEIN

Ungekürzte Lesung
Christoph Hein
Von allem Anfang an
Mit Ulrich Mühe
6-CD-Box mit Booklet (24 S.)
546 Std., Ca. 60 Tracks
DM 99,95 (unverb. Preisempf.)
ISBN 3-89813-005-3



Eine atmosphärisch genaue Bestandsaufnahme der frühen DDR aus der klaren Perspektive eines Kindes: Der zwölfjährige Daniel merkt plötzlich, wie langweilig seine Kleinstadt ist und daß in West-Berlin über die russischen Panzer in Budapest ganz anders berichtet wird als in den Zeitungen daheim.

An die besten Zigarren, so die Kubaner, erinnert man sich ein Leben lang: Auf der Havanna gründet eine eigene Zigarrenkultur. Autor Thomas Erbach spürt Legenden nach, besucht Fabriken und Tabakplantagen und lernt, eine Zigarre nach allen Regeln der Kunst zu paffen – in einem Feature, das genau eine Zigarrenlänge anhält.

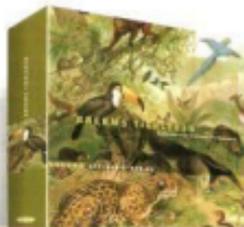


MIT HELLMUT LANGE NACH KUBA

Feature
„La Marca Ualca“
ALLTAG UND MYTHOS DER KUBANISCHEN ZIGARRE
Mit Hellmut Lange
1 CD mit Booklet (16 S.)
58 min., 9 Tracks
DM 39,95 (unverb. Preisempf.)
ISBN 3-89813-019-3

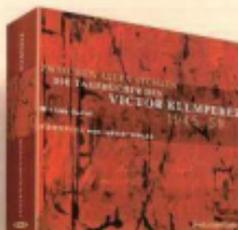
PER TRAUMSCHIFF DURCH DIE GALAXIS

Hörspiel
Douglas Adams/Terry Jones
Raumerschiff Titanic
Mit Martin Siefert, Nina Wegner u. a. z.
2 CDs mit Booklet (16 S.)
131 min., 25 Tracks
DM 39,95 (unverb. Preisempf.)
ISBN 3-89813-001-7



Ein neues Hörspielabenteuer vom witzigsten Autorsteam des Universums: Douglas Adams („Per Anhalter durch die Galaxis“) und Monty-Python-Mitglied Terry Jones schicken das bierernstliche Raumschiff „Titanic“ auf eine herrlich absurde Weltraumolympic. Mit der Musik von Fred Fröh. Kulverdränglich!

Die letzten Tagebücher des Victor Klemperer sind ein einzigartiges Dokument deutscher Nachkriegsgeschichte. Schon die kongeniale Übertragung der beiden vorangehenden Editionen ins Medium Audiobuch trug Regisseur Peter Groeger und Darsteller Udo Samel diverse Anreicherungen ein.



UDO SAMEL LIEST KLEMPERER

Hörspiel
Zwischen allen Stühlen
Die Tagebücher des Victor Klemperer
1945–1950
Mit Udo Samel
3 CDs mit Booklet (14 S.)
161 min., 16 Tracks
DM 39,95 (unverb. Preisempf.)
ISBN 3-89813-023-8

DER > AUDIO < VERLAG **D > A < V**

Mehr Hören. Mehr Erleben.

Autoren für Buch & Lesen

Min.Rat DDR. Heinrich Badura

c/o Bundesministerium für Wissenschaft und Verkehr
 Prof./A/Se: Internationale Bibliotheksangelegenheiten und Geschäftsstelle des österreichischen National Focal Point für den Bereich Bibliotheken in Kooperation mit Museen, Archiven und Kunstsammlungen;
 E-Mail: heinrich.badura@bmsf.gvat.

Hermann Baur-Callway

Mitglied im Berufsbildungsausschuss im Börsenverein des Deutschen Buchhandels. Verleger des Callway Verlages, München

Dr. Margit Böck

wissenschaftliche Assistentin und Lehrbeauftragte am Institut für Publizistik und Kommunikationswissenschaft, Universität Wien

Prof. Birgit Dankert

Vorsitzende des Deutschen Bibliotheksverbandes

Holger Ehling

Geschäftsführer, International Publishing Monitor, London

Prof. Dr. Ernst Fischer

Nach Promotion in Wien 1978 und Habilitation 1989 seit 1993 Professor

für Buchwissenschaft an der Johannes Gutenberg-Universität in Mainz tätig.

Bodo Franzmann

Geschäftsführer des Forschungsinstituts Lesen und Medien der Stiftung Lesen an der Johannes-Gutenberg-Universität in Mainz

Walter Grund

Schriftsteller und Herausgeber, u.a. Autor und Organisator von GROND ABSOLUT HOMER

Christof Hafkemeyer

Redakteur für Neue Medien, arbeitet beim Börsenblatt für den deutschen Buchhandel

Jacqueline LeDonne

seit 1995 für die Frankfurter Buchmesse Electronic Publisher von Frankfurt Virtual (www.frankfurt-book-fair.com/virtual) und dem Rights Catalogue, Abt. Presse & Information

Alberto Manguel

geboren in Buenos Aires, wuchs in England auf und ist kanadischer Staatsbürger. Verlagslektor, Literaturdozent und Übersetzer, in mehreren Sprachen zu Hause

Dr. Horst Neisser

Stadtbibliothek Köln

Dr. Fritz Panzer

Geschäftsführer der Buchmarketing GmbH in Wien. Lehraufträge an verschiedenen Universitäten. Gastprofessor der Donau-Universität Krems. Lektor am International Center for Culture and Management. Die Buchmarketing GmbH ist ein 1991 gegründetes Beratungsunternehmen für Institutionen, Verlage und Buchhandlungen. E-Mail: fritz.panzer@buchmarketing.at; WebPage: www.buchmarketing.at

Hermann-Arndt Riehmüller

Vorstandsmitglied im Sortimentenausschuss im Börsenverein des Deutschen Buchhandels. Geschäftsführender Gesellschafter der Ostwärendischen Buchhandlung GmbH in Tübingen, Dozent an der FH in Leipzig

Gerhard Ruiss

Geschäftsführer der IG Autorinnen-Autoren, Wien

Dr. Reinhard G. Wittmann

Leiter des Literaturhauses München

Die Publikation wurde gedruckt mit Unterstützung durch das Bundeskanzleramt/Kunstsektion, das Bundesministerium für wirtschaftliche Angelegenheiten sowie das Bundesministerium für Wissenschaft und Verkehr.

IMPRESSUM

Buchkultur Sondernummer
 61A/Oktober 1999

Eigentümer, Verleger:

Buchkultur Verlagsges.m.b.H.
 A-1150 Wien, Wirtzfelder Str. 26
 Tel.: +43/1/786 33 80
 Fax: +43/1/786 33 80-18
 E-Mail: buchkultur@mycity.at

Herausgeber:

Michael Schnepp

Chefredaktion:

Willy Jensen

Redaktionelle Leitung:

Tobias West

Wissenschaftliche Beratung:

Dr. Fritz Panzer/Buchmarketing

Art Director:

Manfred Krieglader

Grafik:

Peter Uhl

Marketing, Werbung:

Klaus Korper

Verlagsleitung:

Michael Schnepp

Geschäftsleitung:

Manfred Krieglader

Vertriebsleitung:

Erich Gredl

Litho:

Inouemedia/Wien

Druck:

Bauer Druck/Wien

Vertrieb:

Dr. W.E. Sauerbach, Hain-Bücker-Str. 19
 D-50354 Hirth (Köln)
 Dr. Marawa & Co. (Köln)
 Mohr Maxowa (Buchhandl.)

Erscheinungsweise:

Die Sonderhefte erscheinen unregelmäßig zu aktuellen Themen.

Auflage: 25.000

Alle Angaben zu Büchern und sonstigen Produkten ohne Gewähr. Wir danken den Verfügungsberechtigten für die Abdruckberechtigungen.

Thema Nummer 1

oder Vom Tastsinn beim Lesen

ES IST UND BLEIBT ZUR ZEIT THEMA NUMMER EINS. Nein, nicht was Sie denken, vielmehr dreht es sich hier um das in Literaturo- und Buchkreisen häufig andiskutierte „Buch vs. PC“, oder, anders gesagt, um die „Zukunft des Buches“ (meist mit Frägereichen am Schluß).

Es ist Thema Nummer eins – und es ist eigentlich kein Thema.

Ein guter Freund, Kenner der Szene, selbst begeisterter Leser und Sammler, hat es mir so erklärt: „Ich kann diese hängehelften Buchcontra-Internet-Diskussionen nicht mehr hören. Sie gehen am Ziel vorbei. Sie handeln von Umständen, die sich so gar nicht darstellen.“

Denn, so mein Freund weiter, natürlich verwende er seinen PC mit Internetanschluß, um Mail zu verschicken, um in Bibliotheken einzusteigen, um Nachschlagewerke zu benutzen, die – wenn sie wirklich gut sind – ständig am neuesten Wissensstand gehalten werden.

Aber – und da verliert sich sein Blick leicht – aber der Geruch eines frischgedruckten Buches, wenn möglich mit Leinen-, gar mit Leder-einband ...

Haptisch ist das Zauberwort dafür, was soviel bedeutet wie: den Tastsinn betreffend (kommt aus dem Griechischen). Haptisch, das ist es. Dieses Bucherlebnis, wenn Einband, Druck und Illustration samt Inhalt übereinstimmen, wird mit Sicherheit auch im nächsten Jahrtausend seine Lesegemeinde haben.

Diese Kleinauflagen-Unikat, ebensoviel von manchen mit schiefem Blick betrachtet, sind heute Sammlerstücke und Leseerlebnis in einem. Bei meinem Freund fand ich ein gutes Beispiel, das Ihnen meine Euphorie erklären mag: Da steht in seiner exquisiten Sammlung etwa ein großformatiges Buch aus 1977, das „Grosse Rabenbuch“ über den nicht minder großen Victor Otto Stomps, mit Beiträgen seiner Freunde und anderer, die in der Ehren-tennpre (auch so ein feiner Kleinverlag) erschienen sind, inklusive grafischer Beiträge. Jetzt einmal abgesehen von ebendiesem Illustrationen und Zeichnungen ist die Zusammenfassung von litchitendens Texten ein Lese- und Schauerlebnis für sich. Horst Bieneck und Heinrich Böll sind da vertreten, Paul

Celan und Günther Eich, Günter Bruno Fuchs und Walter Höllerer, Christoph Meckel und Martin Walser, sie alle gratulieren Stomps zum 80. Geburtstag.

Ein Buch, das mir in dieser Art und Aufmachung seine Wirkung voll entfaltet. Das Soßern und Nachlesen erlaubt, Verweilen, Aufschauen und Träumen, eben haptisch in allen Bereichen.

Wobei es manchmal gerade auf Nachdrucke ankommt. Also Druckwerke, die ein Werk originalgetreu wiedergeben. Beispielsweise eine Handschrift aus dem 10. Jahrhundert, armensisch, reich bebildert und mit einem erlesenen Elfenbeineinband versehen: Würden das nur ein paar wenige Liebhaber der Buchkunst einmal im Jahr durchblättern, wäre das ganze wertvolle Korvolut bald zerfledert. Nun gibt es Spezialisten (beispielsweise die Akademische Druck- und Verlagsanstalt in Graz), die solche Kleinodien 1:1 faksimilieren, mit ebenso schön ausgefallenem Einband versehen und anbieten. Und: Es gibt Käufer! Der Markt ist also da.

Und da rede noch einer von Buch vs. Internet. Ich meine, Äpfel und Birnen sind zwar Kernobst, aber eben Äpfel oder Birnen ...

Diese feine Buchkunst wird von einer feinen Schar Kenner&Köner weitergetrieben. Leute, die ausgesuchte Texte in kleiner Auflage, oft auf Handpressen sogar, drucken, mit Originalillustrationen versehen, nummerieren, gekonnt binden und ihre wertvollen Bücher unter anderem auch bei der Mainzer Mini-pressenmesse präsentieren.

Natürlich auch auf der Buchmesse. Da fand ich vor einem Jahr am Stand der Edition Thorntorf ein dickes, großes Buch in einem Einband der besonderen Art: Die Bildbeigebogen zu betagten Buch waren Holzschmäre, die Schuber für die (wenigen) Exemplare bestanden aus den originalen Druckstöcken. Das sah nicht nur besonders apart aus, sondern garantierte absolute Echtheitswürde. Die natürlich ihren Preis hat.

Wobei manche Buchschreibeinheiten ihre wahre Pracht erst nach einiger Zeit entfalten können. Wenn etwa ein Verlag Jahr für Jahr Bücher herausbringt, mit puristischem grauem

Umschlagkarton, wirkt diese zurückhaltende Umschlaggestaltung erst, wenn Sie einen halben Meter solcher Exemplare im Regal stehen haben. Dann bekommt das ganze Sinn und klare ästhetische Sprache.

Mein Freund lächelt, als er mir seine neueste Errungenschaft vorlegt. Bei einem Altwarenhändler gefunden, um einen Papageist: Das „Paffensweiler Brevier“ (wie viele der damals entstandenen Buchkunststücke dem Trend entsprechend mit Klebebindung) von 1977, mit sechs Originalgrafiken von Klaus Endrikat. Das Exemplar gibt es wirklich, es trägt die signierte Nummer 266!

„Und“, frage ich, „diese nostalgische Freude, hat die denn Zukunft?“

Mein Freund nickt. Sicher, meint er, das hat genauso Zukunft wie feines, gutes Essen. Auch wenn sich die meisten von Fast-food und schnellen Zwischengerichten ernähren, ein paar (gar nicht so wenige) bleiben dabei, anständige Tischwische, feines Geschirr und die richtigen Gläser zum jeweiligen Getränk aufzudecken, um sich dann eine gute Zeit dem Verspeisen bester Produkte erlesener Kochkunst hinzugeben.

Das sind auch diejenigen, welche weiterhin mit Muße ein Buch an Hand nehmen, sich beugen hinsetzen, warten, bis der Tee richtig gezeugt hat, um dann wieder einmal die „Elixiere des Teufels“ in einer wunderbar illustrierten Ausgabe zu genießen.

Oder die neuesten Gedichte jener literarischen Hoffnung, die ohne Zeitdruck ihre Werke in kleinen Auflagen, wohlgesetzt und gedruckt, unter die Leute bringt.

Dies angeblichen Gegensatz: Buch vs. Datenaustausch sieht mein Freund nicht. Setzt sich vielmehr hin und blättert. Genießt. Benützt jedes Medium zu seiner Zeit und findet genügend Zeit, durch Antiquariate und Kataloge zu stöbern, aus Freude nicht nur am schönen, sondern auch am guten Buch.

Eine Kunst, die ihre Anhänger seit der Perfektionierung von Gutenberg Entfaltung hat. Hat und haben wird. Denn nicht das Ausschließliche, sondern das Ergänzende sichert jeden Schritt vorwärts. (N)

Das Buch der Bücher*

*ist (derzeit) bei uns noch nicht im Programm.

Aber was immer an Druckprodukten bei Ihnen anfällt – dafür sind wir da:

Von schlichten Visitenkarten und mehrfarbigen Geschäftsdrucksorten bis zu aufwendigen Kunstdruck-Büchern im Bogenoffset, über Massendrucksorten sowie Katalogen oder Zeitungen und Magazinen in bester Qualität und in hohen Auflagen im Rollenoffset, bis hin zu diffizilen und farbig mehrfach personalisierten Mailings oder anderen aufwendigen Druckprodukten in Klein- und Kleinstauflagen im Digitaldruck.

Mit dem besonderen Service für Sie – alles aus einem Haus: dem Medienhaus Elbemühl.

Auf Wunsch stehen Ihnen kompetente Partner zur Verfügung, die je nach Anforderung für die verschiedensten Aufgaben bereit stehen. Ob Gesamtprojekte komplett im Haus abgewickelt oder bloß einzelne Teilleistungen gewünscht werden, von der Idee und Druckvorstufe sowie als Cross-Media-Nutzung im Internet oder auf CD-Rom und Video, über die Print-Produktion, bis hin zum Versand.

**Die im Medienhaus vereinten Unternehmen sind für Sie bereit:
A-1230 Wien, Altmannsdorfer Straße 154–156**

INOVAMEDIA
Medien-Dienstleister
Telefon: 01/662 33 28

ELBEMÜHL
SO DRÜCKT MAN JETZT
Telefon: 01/66 1 22

digidee
IHR PARTNER FÜR DIGITALE DRUCKE
Telefon: 01/66 1 22-6414

PRINTEX
Versand mit Vorzast
Telefon: 01/667 49 99

KLASSISCHES DILEMMA

LEERE REGALE UND LADENHÜTER –
BEIDES IST SCHLECHT FÜRS GESCHÄFT.



DIE XEROX LÖSUNG

DRUCKEN SIE BÜCHER NACH BEDARF
MIT DEN DIGITALDRUCKLÖSUNGEN
VON XEROX. UND SIE HABEN IMMER
DIE RICHTIGE AUFLAGE IM REGAL.

KEEP THE CONVERSATION GOING.
SHARE THE KNOWLEDGE.



DIGITAL
THE DOCUMENT COMPANY
XEROX

Xerox®, The Document Company, the Digital® and Keep the Conversation Going. Share the Knowledge are trademarks of XEROX CORPORATION.



08 00/7 77 00 33
www.xerox.at

Gerade heute im Zeitalter des Internet erwarten Kunden, dass sie schnell das gewünschte Buch bekommen. Mit den Xerox Lösungen für den Buchdruck eröffnet sich Ihnen eine neue Welt profitabler Geschäftsbereiche – von der Neuauflage alter und vergriffener Bücher bis hin zur Erschließung neuer Märkte. Bücher werden in digitalen Bibliotheken gespeichert und können jederzeit und nach Bedarf produziert werden. Und das macht Sie unglaublich flexibel. Für weitere profitable Informationen wählen Sie einfach +43/1/240 50 303