Christoph Musik, Astrid Ebner-Zarl, Andreas Gebesmair (Hrsg.)

fh st.pölten

Eine BürgerInnen-Ethnographie der Frankfurter Buchmesse

Ein Experiment

ikon
ikon VerlagsGesmbH

www.fhstp.ac.at

Impressum

Herausgeber, Medieninhaber, Verlag
Fachhochschule St. Pölten GmbH, Matthias-Corvinus-Straße 15, 3100 St. Pölten
Für den Inhalt verantwortlich: Christoph Musik, Astrid Ebner-Zarl, Andreas Gebesmair
und die AutorInnen für ihre jeweiligen Beiträge
Layout: ikon VerlagsGesmbH; Industriestraße B16, 2345 Brunn am Gebirge
Coverbild: © Renate Wittmann
Druck: DMW- Druck-und Medienwerk GmbH; Wien
ISBN: 978-3-99023-513-3

Inhaltsverzeichnis

Einleitung 3

Susanne Lehmann
Frankfurts Türen 15

Anna Durstberger
Die politische Dimension der Frankfurter Buchmesse 31

Georg Wandl
Frankfurter Buchmesse | (Fernseh-)Bühnen 41

Christian Höller
Austausch von Rechten und Kontakten auf der Frankfurter Buchmesse.
Als Citizen Scientist auf der Frankfurter Buchmesse 2017. 55

Magdalena Riener
FBM international – die ganze Welt auf der Frankfurter Buchmesse 63

Annemarie Bugl
Die wunderbare Welt des schönen Buches.
Buchkunst und Digitalisierung. 69

Erika Lessmann
Im Fokus: Kinderliteratur 77

Renate Wittmann
Das Buch als gesprochenes Wort: Vom Hörbuch bis zur Hörspielbox 87

Helmuth Fahrngruber
Notizen meiner Feldforschung 91

Interview mit Vivienne Lipscombe 97

Einleitung

Die Frankfurter Buchmesse gehört zweifelsohne zu den international bedeutendsten Veranstaltungen in der Buchbranche. Folgt man einer Befragung von Mitgliedern der International Publishers Association (2016), ist sie die wichtigste Fachmesse in der Verlagswirtschaft überhaupt. Hier werden aber nicht nur Brancheninformationen getauscht, Kontakte zu GeschäftspartnerInnen in aller Welt geknüpft und Lizenzen gehandelt, sondern auch wichtige Themen des öffentlichen Lebens in einer Vielzahl von Lesungen und Diskussionen besprochen. Die unzähligen auf der Buchmesse zirkulierenden Texte, Bilder, Bücher, Ideen, Anschauungen und Themen sind zugleich Ausdruck und prägende Kraft für die kulturellen, politischen und wirtschaftlichen Diskussionen in vielen Ländern der Welt. Die Frankfurter Buchmesse ist kurz gesagt ein hochsignifikantes gesellschaftliches Event, das über die Buchbranche hinaus von großer Bedeutung ist.

Dieser Text setzt sich in einer besonderen Art und Weise mit der Frankfurter Buchmesse auseinander. Es handelt sich nämlich um einen neuen und bisher einzigartigen methodisch-konzeptuellen Citizen-Science-Zugang, der – und auf das sei hier deutlich hingewiesen – experimentellen Charakter hat. Dieser Zugang zeichnet sich dadurch aus, dass das Phänomen ‚Frankfurter Buchmesse' mit dem Ansatz einer BürgerInnen-Ethnographie betrachtet wird. Das bedeutet, dass an der ethnographischen Feldforschung auf der Frankfurter Buchmesse 2017 neben drei hauptberuflichen SozialwissenschafterInnen auch zwölf ehrenamtliche BürgerwissenschafterInnen beteiligt waren. Besonders der Grad und die Intensität der Teilnahme Letzterer gestaltete sich dabei außerordentlich hoch und intensiv. Dies drückt sich auch in dieser Publikation aus, die nach der Einleitung aus insgesamt zehn thematischen Beiträgen der beteiligten BürgerwissenschafterInnen als jeweils eigenständigen AutorInnen bzw. in einem Fall in Form eines Interviews mit einer Bürgerwissenschafterin besteht.

Dieses Buch richtet sich insbesondere an zwei unterschiedliche Gruppen: Erstens an all jene, die sich für die Frankfurter Buchmesse und die Buchbranche interessieren, seien es Personen mit einem praktisch-professionellen oder wissenschaftlich-analytischen Bezug zur Buchmesse und zum Buchmarkt, oder Menschen, die schon immer einmal etwas über die Buchmesse und ihre Rolle und Bedeutung erfahren wollten, aber bislang noch nicht die Gelegenheit hatten, die Buchmesse zu besuchen. Insofern versucht diese Publikation sowohl Menschen aus der Praxis und der Wissenschaft als auch eine breitere Öffentlichkeit anzusprechen.

Zweitens richtet sich dieses Buch an diejenigen, die sich für Citizen Science, partizipative Verfahren oder das Verhältnis von Wissenschaft und Öffentlichkeit interessieren, denn das Format des Buches und des Projekts, das zu diesem Buch geführt hat, kann als besonders neuartig und bahnbrechend angesehen werden. Das Projekt experimentiert in einem Feld sowohl mit Citizen Science als auch mit einer Methode, die bislang von Citizen-Science-Zugängen unberücksichtigt blieb, nämlich mit der Medienwirtschaft. Die Medienwirtschaft als Gegenstand wie auch ethnographischer Zugang kam bei Forschungsprojekten mit BürgerInnenbeteiligung bislang nicht zum Einsatz. Dies ist insofern bemerkenswert, als die Ethnographie durch ihren Fokus auf die Kultur von Gesellschaften oder ihre Teilbereiche und die jeweils damit untrennbar verbundenen alltäglichen Lebenswelten eine besondere Intensität der Forschung erfordern. Dieser Aspekt wird im Abschnitt zur BürgerInnen-Ethnographie in der vorliegenden Einleitung noch weiter vertieft werden.

Zunächst gehen wir aber kurz auf den Hintergrund und den Entstehungszusammenhang des vorliegenden Buches ein, in dem das Dachprojekt „Trading Cultures" und das damit verbundene

Citizen-Science-Projekt „Inside Trading Cultures“ mit seinem thematischen Schwerpunkt auf die Rolle und die Bedeutung von internationalen Messen und Märkten in den Kulturindustrien beschrieben werden. Nachdem anschließend der methodische Ansatz konzeptuell vorgestellt wird, beschreiben wir den konkreten Ablauf des Projekts und geben einen Überblick über die Beiträge der BürgerwissenschafterInnen in diesem Buch.

„Trading Cultures“: Den globalen Handel mit kulturellen Gütern verstehen

Der hauptsächliche Zweck von internationalen Handelsmessen, egal in welcher Branche diese angesiedelt sind, ist es, VerkäuferInnen und KäuferInnen für einen bestimmten Zeitraum an einem Ort zusammenzubringen, um Handel orts- bzw. grenzüberschreitend zu ermöglichen bzw. diesen effizienter zu gestalten. Dies ist auch grundsätzlich bei kulturellen Gütern wie Büchern, Musik, Filmen, TV-Serien usw. der Fall, wobei es in der Medienbranche aus wirtschaftlicher Perspektive immer um den Handel mit Rechten und Lizenzen an diesen kulturellen Gütern geht. Die EinkäuferInnen erwerben also für einen bestimmten Zweck, Umfang oder Zeitraum die Nutzungsrechte an einem urheberrechtlich geschützten Werk, um dieses in einer anderen Art und Weise (z. B. als Taschenbuch oder Hörbuch) oder in einem anderen sprachlichen Territorium vermarkten zu können. Insofern kann man sich den Verkauf und Kauf auf Messen wie der Frankfurter Buchmesse nicht hauptsächlich als ein Bestellen von Büchern im Sinne einer Ordermesse oder gar als direktes Mitnehmen von Büchern wie beim Kauf in einer Buchhandlung vorstellen. Die Frankfurter Buchmesse ist nämlich – im Gegensatz dazu – ein sehr komplexes Amalgam aus unterschiedlichsten Praktiken und Prozessen, das jedenfalls nicht eindimensional betrachtet werden kann. Dies gilt natürlich auch für andere Messen in der Buchbranche, und auch für Messen in anderen Kulturindustrien. Allerdings hat hier die Frankfurter Buchmesse insbesondere in ihrer Kombination aus Publikums- und Fachmesse eine besondere Qualität, die in diesem Buch im Zentrum der Auseinandersetzung stehen wird.

Diese Auseinandersetzung ist eingebettet in das vom Österreichischen Wissenschaftsfonds FWF geförderte und am Institut für Medienwirtschaft der Fachhochschule St. Pölten angesiedelte Forschungsprojekt „Trading Cultures. Eine Ethnographie von internationalen Handelsmessen für TV, Musik und Buch“. Das Projekt setzt sich mit der Frage von „Trading Cultures“ in seiner doppelten Bedeutung auseinander, nämlich einerseits mit dem Handel von kulturellen Gütern und andererseits mit den Kulturen des Handels mit diesen Gütern. Während man in der einen Perspektive zu verstehen versucht, wie und wieso kulturelle Güter in der Welt unterschiedlich stark diffundieren, geht die andere Perspektive davon aus, dass Messen auch eine entscheidende Funktion in der Ausgestaltung und Ausbreitung der kulturellen, kognitiven Basis einer Industrie bzw. Branche haben. Das heißt, dass auf Messen und Märkten grundsätzliche Fragen praktizierend oder diskursiv ausverhandelt werden, die die Art und Weise ausmachen, wie überhaupt in dieser Branche vorgegangen und gehandelt wird: Worum geht es also bei diesem Geschäftszweig? Um Kunst und Kultur, Politik oder um vornehmlich kommerzielle Absichten? Um Qualität oder Quantität? Wie werden „gute“ von „schlechten“ Produkten unterschieden und wer ist an diesen Prozessen wie beteiligt? Und welche Geschäftspraktiken (z. B. bei Vertragsabschlüssen) sind angebracht bzw. erfolgreich? Dieser Fokus geht einerseits auf die theoretisch-konzeptuelle Annahme des Neo-Institutionalismus, der die Ausbreitung und Nachahmung von legitimen Praktiken in organisationalen Feldern betont, andererseits aber auch auf die Feldtheorie von Pierre Bourdieu zurück, der Branchen im Sinne von Feldern immer auch als Kräfte- und Kampffelder definiert, in welchen die AkteurInnen darum bemüht sind, in dem jeweiligen Feld solche Positionen einzunehmen, die es ihnen erlauben, die Praktiken

des Feldes auch definieren und bestimmen zu können. Diese vorherrschenden Definitionen wiederum beeinflussen maßgeblich, welche kulturellen Güter sich wo und in welchem Umfang verbreiten können.

Gerade in den Kulturindustrien, die davon geprägt sind, dass sich zukünftiger Erfolg nur sehr schwer voraussagen lässt und gleichzeitig die Kosten des Scheiterns aufgrund der hohen Investitionen hoch sind, scheinen die beteiligten AkteurInnen dazu zu tendieren, in der jeweiligen Branche legitime und etablierte Modelle und Praktiken zu imitieren oder in Bezug auf ihre lokalen Gegebenheiten zu adaptieren, um die erwähnten Risiken minimieren zu können. Andererseits sind bestehende Branchen bzw. Felder dennoch auch immer mit Veränderungs- und Innovationsprozessen verbunden und konfrontiert, die vielfach von zunächst außenstehenden AkteurInnen oder Entwicklungen, etwa dem, was man als „digitale Disruption“[1] bezeichnet, initiiert werden. Hierbei scheint es von besonderer Bedeutung zu sein, auch auf genau jene Prozesse zu achten, wie Veränderungen in höheren Feldpositionen aufgenommen werden und wann es als möglich oder notwendig erscheint, seine etablierten Praktiken in Richtung neuer Vorgehensweisen zu verändern.

Messen und Märkte sind für die sozialwissenschaftliche Forschung deshalb der perfekte Ort, um die Prozesse des Imitierens und der Innovation in einer Branche und die an diesen Prozessen beteiligten AkteurInnen beobachten zu können. Das Forschungsprojekt „Trading Cultures“ untersucht diese Prozesse vor Ort in den tatsächlichen alltäglichen Praktiken mit dem Ansatz der ethnographischen Feldforschung. Das bedeutet, dass die beteiligten ForscherInnen auf insgesamt sechs unterschiedlichen Messen und Märkten vergleichend in drei unterschiedlichen Branchen (TV, Musik, Buch) „teilnehmend beobachtet“ haben. Für die TV-Branche waren das im Oktober 2015 die „MIPCOM“ in Cannes und im Februar 2016 der „European Film Market“ in Berlin. In der Musikbranche besuchten wir im Juni 2016 die „midem“ in Cannes und im Jänner 2017 das „Showcase Festival Eurosonic Noorderslag“ in Groningen. Für die Buchbranche untersuchten wir neben der Frankfurter Buchmesse im Oktober 2016 auch die Kinderbuchmesse in Bologna im April 2016. Die vergleichende und umfassende Analyse all dieser Messen wird in einer späteren Buchpublikation und in wissenschaftlichen Zeitschriftenartikeln veröffentlicht werden.

Zusätzlich zu den eben erwähnten Veranstaltungen entwickelten wir im Rahmen des ebenfalls vom Österreichischen Wissenschaftsfonds FWF im Förderprogramm „Top Citizen Science“ geförderten Projekts „Inside Trading Cultures“ das Format der BürgerInnen-Ethnographie, mit der wir gemeinsam mit zwölf BürgerInnen aus St. Pölten und Umgebung die Frankfurter Buchmesse im Oktober 2017 ein zweites Mal besuchten und gemeinsam mit einem spezifischen Fokus analysierten. Die hier vorliegende Publikation bezieht sich auf diese BürgerInnen-Ethnographie der Frankfurter Buchmesse.

„Inside Trading Cultures“: Der Ansatz der BürgerInnen-Ethnographie

Die Einbeziehung von BürgerInnen in die Feldforschung wurde als eine „Ethnographie aus unterschiedlichen Blickwinkeln” von Menschen mit verschiedenen Relationen zum Buch bzw. zur Literatur entworfen. Bei diesem Ansatz geht es vor allem darum, die Sichtweisen der beteiligten

[1] Ein inzwischen bereits etabliertes Beispiel dafür ist der Online-Buchhandel – sei es als Konkurrenz des traditionellen Buchhandels oder auch als zusätzlicher Vertriebszweig –, in dem stationäre Buchhandlungen auch Online-Plattformen für den Buchvertrieb bereitstellen. Aktuell ist zu beobachten, dass manche TechnologieanbieterInnen im Buchbereich tätig werden, etwa App-EntwicklerInnen, die Buch-Apps herausbringen.

SozialwissenschafterInnen zu erweitern und zu reflektieren und andere Sichtweisen zur Geltung zu bringen.

Die Ethnographie und insbesondere die „teilnehmende Beobachtung“ als die wichtigste Methode von ethnographischer Feldforschung[2] erzeugt tiefgehende und lebensnahe Einsichten und Erkenntnisse in die alltäglichen und zumeist als selbstverständlich wahrgenommenen Prozesse, Praktiken und Routinen nicht nur von fremden Kulturen oder Subkulturen in der eigenen Gesellschaft, sondern eben auch von Ökonomien wie dem globalen Handel mit Büchern.[3] Erst durch die Teilnahme und somit offene Beobachtung am Ort des Geschehens von normalerweise exklusiv zugänglichen Fachmessen – die einzige Möglichkeit, Innensichten von alltäglichen Praktiken[4] in der Kulturwirtschaft zu beforschen – wird es möglich, diese Praktiken und Routinen der relevanten AkteurInnen in einer „dichten Beschreibung“[5] quasi „von innen“ zu erfassen, während es gleichzeitig möglich und notwendig ist, eine analytische Außenperspektive beizubehalten. Die ForscherInnen und ihre Wahrnehmungen über das zu untersuchende Feld sind dabei das hauptsächliche Instrument der Datenerhebung und -analyse, denn das ist der einzige Weg, um sozusagen am „wirklichen Leben“ des untersuchten Feldes – ganz gleich, ob es sich dabei um eine aus europäischer Sicht „exotische“ Kultur im Südpazifik oder um die Buchbranche handelt – teilnehmen und dieses verstehen zu können. Gerade deshalb ist es ein integraler und bedeutender Bestandteil des ethnographischen Ansatzes, die eigene Rolle und das eigene Vorgehen intensiv zu reflektieren. Die ethnographische Literatur betont hierbei vor allem die Position des Forschers oder der Forscherin zwischen den Polen von „Insider“ und „Outsider“, also zwischen dem, was hier AkteurInnen der Buchbranche, wie etwa VerlegerInnen, AgentInnen, AutorInnen oder IllustratorInnen, und dem, was außenstehende und analytisch distanzierte ForscherInnen wären. In der Ethnographie muss es das Ziel sein, diese beiden Pole miteinander verbinden zu können, das heißt, Sichtweisen von Insidern zu verstehen, ohne dabei selbst ein Insider zu werden, was in der Regel durch eine analytische Distanz als ForscherIn gelingt. Der Vorteil des/der Außenstehenden ist, dass er/sie selbstverständliche und nichthinterfragte Praktiken erkennen und dadurch sichtbar und veränderbar machen kann.

Das Citizen-Science-Projekt „Inside Trading Cultures“ setzt an dieser kritischen Reflexion an und versucht die Beobachtungen, Wahrnehmungen und analytischen Interpretationen der SozialwissenschafterInnen durch jene von BürgerInnen mit einem bestimmten Interesse oder Bezug zum untersuchten Gegenstand zu erweitern und auch kritisch zu hinterfragen. Das hauptsächliche Ziel dieses Ansatzes ist es, aufbauend auf unterschiedlichen Erfahrungs- und Wissenshorizonten eine Vielfalt der Perspektiven auf die zahlreichen Praktiken und Routinen, die auf der Frankfurter Buchmesse stattfinden, zu erreichen. Dazu ist es notwendig, die an der Forschung beteiligten BürgerInnen in möglichst allen Phasen der ethnographischen Forschung auf Augenhöhe miteinzubeziehen und nicht nur einzelne Beobachtungen dieser zu berücksichtigen. In diesem Sinne ist das „Inside-Trading-Cultures“-Projekt in der Tradition von Citizen-Science-Projekten zu sehen,

[2] Gobo, Giampietro (2008): Doing Ethnography. London: Sage.
[3] Moeran, Brian (2011): Trade Fairs, Markets and Fields: Framing Imagined Communities. Creative Encounters Working Paper #60.
[4] Fetterman, David M. (2010): Ethnography. Step-by-Step. Sage: 3rd edition, S. 20.
[5] Geertz, Clifford (1983): Dichte Beschreibung. Bemerkungen zu einer deutenden Theorie der Kultur. In: Dichte Beschreibung. Beiträge zum Verstehen kultureller Systeme. Frankfurt/M.: Suhrkamp.

die die „demokratische Dimension“ dieses Ansatzes besonders betonen.[6] Es geht dabei um einen dialogischen Prozess in beide Richtungen, der auch den mitforschenden BürgerInnen eine gleichberechtigte Stimme gibt und die oftmals angenommene Distanz zwischen Wissenschaft und Öffentlichkeit verringern will. Das bedeutet allerdings nicht, dass man von einem gleichen Ausgangspunkt in die Forschung startet und alle Beteiligten zu jedem Zeitpunkt den gleichen Wissensstand und die gleichen Erfahrungen haben. Es geht ja in diesem Ansatz der BürgerInnen-Ethnographie gerade um die Auseinandersetzung mit unterschiedlichen Wissens- und Erfahrungshorizonten, die möglicherweise auch voneinander abweichende, jedenfalls einander ergänzende Analysen mit sich bringen, die allerdings dabei auch gleichberechtigt in die Diskussion und in die Betrachtung des untersuchten Gegenstandes mit eingebracht werden müssen.

In diesem Kontext sei hier kurz auf den Zugang der reflexiven Ethnographie hingewiesen, der den Ausgangspunkt für die BürgerInnen-Ethnographie aus unterschiedlichen Blickwinkeln darstellt. Die reflexive Ethnographie geht nämlich davon aus, dass es unmöglich ist, eine spezifische Kultur, ein Feld oder eine Praxis in genau einem einzigen standardisierten und exklusiven Weg zu beschreiben. Stattdessen werden die gesellschaftliche Konstruktion und die Kontingenz von ethnographischen Texten und Repräsentationen betont;[7] ein Merkmal, das nicht nur auf ethnographische, sondern auch auf andere Formen der wissenschaftlichen, etwa statistischen Repräsentationen zutrifft.[8] Folgt man dem Ansatz der reflexiven Ethnographie, so ist der Forschungsprozess eine permanente Ausverhandlung von Wahrnehmungen und Sichtweisen der Wirklichkeit und unterschiedlichen Lebenswelten.[9] In diesem Prozess der Ausverhandlung erzeugen unterschiedliche BeobachterInnen – aufbauend auf ihrem je spezifischen Ausgangs- oder Beobachtungspunkt – interpretative, dialogische und polyphone[10], also stets deutende und mehrstimmige ethnographische Repräsentationen der zu untersuchenden Realität. Daraus folgernd können die Verbindung, die Konfrontation, aber auch der Dialog von unterschiedlichen ethnographischen Beschreibungen durch Menschen mit einem unterschiedlichen Hintergrund in eine ausgewogenere Repräsentation der Kultur des Handels mit kulturellen Gütern und der diesbezüglichen Rolle und Bedeutung der Frankfurter Buchmesse führen.

Dialog und Diskussion bedeuten auch, dass unser Ansatz der BürgerInnen-Ethnographie nach der im Citizen-Science-Kontext oft zitierten Klassifikation von Haklay[11] – die wir jedenfalls nicht als eine normativ-hierarchische Klassifikation lesen und werten – nicht auf der Ebene des „Crowdsourcing“ oder der „verteilten Intelligenz“ angesiedelt ist, wo die an der Forschung beteiligten BürgerInnen als „Sensoren“ einzelne Beobachtungen, Daten oder Interpretationen beitragen, die sich dann durch

[6] Irwin, Alan (1995): Citizen Science. London: Routledge. bzw. Hemment, Drew/Ellis, Rebecca/Wynne, Brian (2011): Participatory mass observation and citizen science. In: Leonardo 44 (1): 62–63.

[7] Krüger, Heinz-Hermann (2000): Stichwort: Qualitative Forschung in der Erziehungswissenschaft. In: Zeitschrift für Erziehungswissenschaft 3 (3), S. 331.

[8] Knorr-Cetina, Karin (1981): The Manufacture of Knowledge. An Essay on the Constructivist and Contextual Nature of Science. Oxford, N.Y., Toronto, Sydney, Paris, Frankfurt: Pergamon. bzw. Latour, Bruno/Woolgar, Steve (1979, 1986): Laboratory Life. The Construction of Scientific Facts. Princeton.

[9] Krüger, Heinz-Hermann (2000): Stichwort: Qualitative Forschung in der Erziehungswissenschaft. In: Zeitschrift für Erziehungswissenschaft 3 (3), S. 331.

[10] Clifford, James (1993): Über ethnographische Autorität. In: Berg, Eberhard/Fuchs, Martin (Hrsg.): Kultur, soziale Praxis, Text. Die Krise der ethnographischen Repräsentation. Frankfurt am Main: Suhrkamp, S. 151.

[11] Haklay, Muki (2013): Citizen science and volunteered geographic information: Overview and typology of participation. In: Sui, D, Elwood, S, Goodchild, M (eds.) Crowdsourcing Geographic Knowledge. Dordrecht: Springer Netherlands, S. 105–122.

ihre Vielzahl zu einem Gesamtbild verdichten, sondern dass die BürgerInnen eher im Sinne einer „partizipativen Wissenschaft“ an möglichst allen Schritten der Forschung intensiv beteiligt sind. Der ethnographische Ansatz verlangt aber auch genau danach, denn die Ethnographie ist ein sehr spezifischer Weg, Wissenschaft zu denken und zu tun.[12] Die Ethnographie zeichnet sich ja gerade dadurch aus, eine spezifische Kultur oder Teilbereiche dieser Kultur möglichst präzise und detailliert in all ihrer Komplexität und auch in all ihren Widersprüchlichkeiten verstehend zu beschreiben und umfassend zu analysieren. Um gerade diese Komplexität erfassen zu können, sind die Ebenen von Beobachtung (Datenerhebung), Analyse, Interpretation und Schreiben eng miteinander verbunden und können kaum voneinander getrennt werden. Dementsprechend wurden die mitforschenden BürgerInnen in die Gesamtheit dieses ethnographischen Forschungsprozesses eingebunden und auch dazu ermuntert, sich bis hin zum Schreibprozess am Projekt zu beteiligen, um hier jeweils eigene Ethnographien bzw. Repräsentationen der Wirklichkeit mit einzubringen. Wie schon erwähnt, hatte dieser Prozess experimentellen Charakter, da bislang noch keine Erfahrungen über eine solch intensive Art der Miteinbeziehung vorliegen. Deshalb haben sich auch viele damit verbundene Herausforderungen erst im konkreten Verlauf des Projekts gezeigt. Diese sollen im Folgenden im Rahmen einer Beschreibung des Projektverlaufs mitreflektiert werden.

Mitforschen! Ablauf des Citizen-Science-Projekts „Inside Trading Cultures“

Das Citizen-Science-Projekt „Inside Trading Cultures” startete nach der Genehmigung des Projekts im November 2016 und lässt sich in mehrere Phasen einteilen, die hier kurz beschrieben werden sollen.

Information und Bewerbung

In einer ersten Phase ging es darum, interessierte und für das Vorhaben geeignete Mitforschende zu finden und in das Projekt zu integrieren. Wir konzeptualisierten diesen Prozess als möglichst niederschwellig, um eventuelle Ängste zu nehmen und Barrieren abzubauen, ging es doch darum, Menschen mit unterschiedlichen Hintergründen außerhalb des akademischen Betriebes für eine Teilnahme an diesem Forschungsprojekt zu gewinnen. Als Zielgruppe definierten wir insbesondere – aber nicht ausschließlich – Menschen mit einem großen Interesse an Literatur oder am Lesen sowie am Buchmarkt. Dieses Interesse sollte aber nicht durch einen genuin professionellen Hintergrund begründet sein, sondern durch die Neugierde und Lust, etwas Neues zu erleben, zu erfahren und vor allem zu erforschen. Es sollten sich also nicht diejenigen angesprochen fühlen, die ohnehin auf der Frankfurter Buchmesse anwesend wären, also etwa VerlegerInnen, die möglicherweise auch ein kommerzielles Interesse mit ihrem Aufenthalt verbinden würden. Da mit einer Projektteilnahme auch eine Reihe von Workshops an der Fachhochschule St. Pölten verbunden waren, kommunizierten wir unser Projekt vornehmlich im Großraum St. Pölten, der Landeshauptstadt des österreichischen Bundeslandes Niederösterreich. Als MultiplikatorInnen dienten uns vor allem Buchhandlungen und Büchereien, aber auch Schulen und andere Bildungseinrichtungen. Zudem forcierten wir klassische Pressearbeit in Form von Presseaussendungen, die von unterschiedlichen Medien (z. B. Radio Niederösterreich) in Form von Beiträgen aufgegriffen wurden. Wir versuchten von Anfang an, so gut wie möglich den persönlichen Kontakt zu potentiellen MultiplikatorInnen zu knüpfen, und hinterlegten Informationsbroschüren zumeist in Verbindung mit einer kurzen Projektvorstellung direkt vor Ort, z. B. in den Verkaufsräumlichkeiten der jeweiligen Buchhandlung. Diese Strategie erwies sich als

[12] Kalthoff, H. (2011): Beobachtung und Ethnographie. In: Ayaß, R./Bergmann, J. (Hrsg.): Qualitative Methoden der Medienforschung. Mannheim: Verlag für Gesprächsforschung, S. 149.

besonders erfolgreich. Darüber hinaus schalteten wir eine kleinere Kampagne auf Facebook und auf speziellen digitalen Anzeigen in St. Pöltener Taxis, um auch eine jüngere Zielgruppe zu erreichen, was allerdings nur in eingeschränktem Maße gelang. Letztendlich bewarb sich nur eine jüngere Person, eine Studentin aus Wien. Eine mögliche Erklärung dafür, insbesondere auch für die Abwesenheit von SchülerInnen der Oberstufe, mag auch der Zeitpunkt der Feldforschungsreise zur Frankfurter Buchmesse während der regulären Schul- und Studienzeit und der damit verbundene zeitliche Aufwand sein. Alle Informationen zum Projekt bündelten wir auf unserer Website https://mitforschen.fhstp.ac.at, auf welche wir in allen Aussendungen und Materialien verwiesen.

Abb. 1: Information zur Bewerbung (Illustration: Len Musik)

Da dem Projekt nur begrenzte finanzielle Mittel zur Finanzierung der Reise- und Aufenthaltskosten in Frankfurt zur Verfügung standen, hatten wir die Anzahl der Plätze für Mitforschende zunächst auf neun Personen beschränkt. Deshalb mussten wir einen Bewerbungs- bzw. Auswahlprozess gestalten, über den wir unter anderem auch bei einer öffentlichen Veranstaltung an der FH St. Pölten am 8. März 2017 informierten. Um am Projekt teilnehmen zu können, sollten sich interessierte BürgerInnen mit der Beantwortung der Frage „Welche Rolle spielen Bücher in der heutigen Medienwelt?“ bei uns bewerben. Diese Frage sollte entweder in ein- bis zweiseitiger schriftlicher Form oder in einem ca. dreiminütigen Audio- oder Videobeitrag beantwortet werden. Uns war bewusst, dass diese Form der Bewerbung eine Barriere für einige Personen darstellen könnte; andererseits war es für eine Teilnahme am Projekt unbedingt notwendig, einerseits eine gewisse Form der Schreib- und Reflexionsfähigkeit, andererseits eine gewisse Verbindlichkeit mitzubringen. Bei der Beurteilung der eingelangten Bewerbungen und Texte achteten wir u. a. auf den jeweiligen Ausgangspunkt bzw. Hintergrund der einreichenden Personen. Letztendlich konnten wir aber jenen zwölf Personen, die sich zeitgerecht und ernsthaft mit den geforderten Texten bewarben, eine Teilnahme am Projekt ermöglichen, da wir die zur Verfügung stehenden Mittel effizient und vorausplanend bei der Buchung der Zugreise nach Frankfurt und Übernachtung im nahe gelegenen Darmstadt einsetzten. Weitere Bewerbungen entsprachen entweder nicht den formalen Kriterien oder erreichten uns erst nach Bewerbungsschluss. Zusammenfassend lässt sich sagen, dass sich die BewerberInnen als außerordentlich passend und engagiert herausgestellt.

Vorbereitung auf die Feldforschung

Zur Vorbereitung auf die ethnographische Feldforschung auf der Frankfurter Buchmesse organisierten wir zwei ganztägige Workshops an der FH St. Pölten. Beim ersten Workshop hatten die ausgewählten BürgerwissenschafterInnen und die beteiligten SozialwissenschafterInnen die Möglichkeit, einander kennenzulernen und sich über das Citizen-Science-Projekt auszutauschen. Neben der konkreten Planung der gemeinsamen Feldforschungsreise zur Frankfurter Buchmesse im Oktober 2017 wurden das Dachprojekt „Trading Cultures“ und die zentralen Ideen und Anliegen des Citizen-Science-Projekts „Inside Trading Cultures“ vorgestellt. Im Mittelpunkt standen dabei zentrale Aspekte der Medienwirtschaft mit einem Fokus auf die Buchbranche und die Bedeutung der Buchmessen. Die Mitforschenden lernten Strukturen, AkteurInnen und Entwicklungen des Buchmarkts kennen und erhielten außerdem Informationen über die wichtigsten Buchmessen und deren Geschichte. Schon beim ersten Workshop brachten sich die BürgerwissenschafterInnen aktiv mit Fragen und Wahrnehmungen ein, sodass eine lebhafte Diskussion entstand, die auch einige Vorannahmen der SozialwissenschafterInnen in Frage stellten. Es zeigte sich außerdem, dass aufgrund des bewusst offen gestalteten Prozesses viele Unsicherheiten von Seiten der BürgerwissenschafterInnen vorhanden waren, da die meisten der beteiligten Personen bisher noch keine Erfahrungen mit qualitativer sozialwissenschaftlicher Forschung hatten. Vielfach wurden konkrete Handlungsanweisungen gewünscht, was genau auf der Buchmesse beobachtet werden sollte. Dies entsprach aber nicht der grundsätzlichen Idee dieser BürgerInnen-Ethnographie, die die Entscheidung, etwa was relevant ist und was dementsprechend beobachtet werden soll, so gut und so unbeeinflusst wie möglich den beteiligten BürgerInnen überlassen wollte.

Beim zweiten Workshop „Einführung in die Ethnographie für BürgerwissenschafterInnen“ stand die methodische Vorbereitung auf die Feldforschung auf der Frankfurter Buchmesse im Vordergrund. Hierbei drehte sich alles um den Forschungsstil der Ethnographie und ihre Methoden. Grundbegriffe, Herausforderungen und konkrete Vorgehensweisen der Methode wurden vorgestellt und erläutert.

Im Rahmen des Workshops versuchten sich die BürgerwissenschafterInnen zum ersten Mal in der Feldforschung und der Methode der „teilnehmenden Beobachtung“. Die Forschungsfrage der praktischen Übung lautete: „St. Pölten an einem Samstagvormittag. Was ist zu sehen? Was passiert hier tatsächlich?“ Mit Block und Stift ausgerüstet, versuchten die TeilnehmerInnen im Feld (Stadtzentrum) zu beobachten, zu verstehen und zu beschreiben. Die Ergebnisse wurden anschließend gemeinsam in der Gruppe ausführlich reflektiert und kontextualisiert. Zum Abschluss des Workshops ging es darum, den Ansatz einer Ethnographie der „verschiedenen Blickwinkel“ zu konkretisieren und auf die bevorstehende Feldforschung in Frankfurt anzuwenden. Dabei konnten einige der zuvor beschriebenen Unsicherheiten zwar beseitigt werden, andere Unsicherheiten entstanden aber insbesondere durch die intensive Auseinandersetzung mit der Ethnographie und deren theoretisch-konzeptuellen Bezügen sowie deren praktischer Anwendung in der Feldforschungsübung.

Feldforschung auf der Frankfurter Buchmesse im Oktober 2017

Insgesamt waren zwölf BürgerInnen aus der Region St. Pölten von 10. bis 15. Oktober 2017 als BürgerwissenschafterInnen gemeinsam mit drei SozialwissenschafterInnen der FH St. Pölten auf der Frankfurter Buchmesse sowohl an den Fachbesuchertagen als auch am Publikumswochenende unterwegs. Im Rahmen der Feldforschung hatten die BürgerwissenschafterInnen die Aufgabe, möglichst selbstständig auf der Buchmesse teilnehmend zu beobachten. Das bedeutet, dass sie sich auf der Messe wie andere BesucherInnen bewegten und gleichzeitig beobachteten, was dort passierte. Dies beinhaltete auch Gespräche mit MesseteilnehmerInnen oder das Sammeln von Materialien (Broschüren, Fotos etc.). Am Abend des ersten offiziellen Messetages (also am Mittwoch) fand eine gemeinsame Reflexionsrunde des Teams statt, bei welcher wir die ersten offenen Beobachtungen, die aufgrund der neuen Eindrücke oftmals die wichtigsten sind, sammelten, diskutierten und reflektierten. Dabei stellten sich bereits erste Schwerpunkte heraus, die die einzelnen TeilnehmerInnen sich in weiterer Folge genauer ansehen wollten. Dass die Forschenden sich einen wirklich umfassenden Eindruck von der Messe verschafften, zeigte sich neben den ausführlichen schriftlichen Feldnotizen auch an den zurückgelegten Wegstrecken auf der Messe: Hochgerechnet kamen ca. 990 Kilometer für das ganze Team zusammen.

Abb. 2: Die ForscherInnengruppe am Haupteingang der Frankfurter Buchmesse

Nachbereitung, Analyse und Verschriftlichung der Feldforschung

Bereits eine Woche nach dem Besuch der Frankfurter Buchmesse begann die Analyse der Mitschriften, gesammelten Materialien und Aufzeichnungen durch die Citizen Scientists. Es wurden grundlegende Kenntnisse zur Analyse ethnographischer Daten vermittelt, bereits erste Analysen durchgeführt und Themen herausgefiltert, die die einzelnen TeilnehmerInnen in weiterer Folge in eigenen Texten ausformulieren konnten. Zentral waren aber zunächst die Aufbereitung und der gegenseitige Austausch der Feldnotizen, die die Datengrundlage für den weiteren Analyse- und Schreibprozess bildeten.

Im Dezember 2017 fand der letzte Workshop des Projekts mit dem Schwerpunkt „Analysieren & Schreiben“ statt. Dafür haben wir in Kleingruppen die Feldprotokolle bzw. Feldnotizen der ethnographischen Feldforschung nach relevanten Themen exploriert. Die zuvor gelernten

Analysemethoden des Kodierens im Sinne der sogenannten „Grounded Theory“[13] wurden an den eigenen Feldprotokollen gemeinsam in der Gruppe angewendet. Einige der BürgerwissenschafterInnen haben dabei bereits für sich relevante Themen entdeckt, welche in weiterer Folge individuell vertiefend analysiert und ausformuliert werden sollten. Die einzelnen Feldprotokolle wurden dabei untereinander ausgetauscht und in Bezug gesetzt, um die Analyse mit vielfältigen Daten und anderen Perspektiven anreichern zu können. So lassen sich in den vorliegenden Beiträgen auch immer wieder Referenzen auf die Beobachtungen und Feldnotizen von anderen Mitforschenden finden. Bei diesem Workshop wurden zudem auch grundlegende Kenntnisse des ethnographischen Schreibens vermittelt und an Beispielen diskutiert. In einem gemeinsamen Prozess wurde festgelegt, wer welchen Beitrag verfassen will und kann. Dabei stellte sich heraus, dass nicht alle TeilnehmerInnen die zeitlichen Ressourcen zur Verfügung hatten, um einen eigenen Beitrag zu schreiben, oder es sich teilweise auch nicht zutrauten. Hier versuchten wir immer, eine maßgeschneiderte Lösung zu finden, die die individuellen Ressourcen der BürgerwissenschafterInnen beachteten. Vor diesem Hintergrund sind auch die nachfolgenden Beiträge zu sehen und zu lesen. Es sind unterschiedliche Formen von Beiträgen, die sich aus unterschiedlichen Perspektiven mit unterschiedlichen Aspekten der Frankfurter Buchmesse beschäftigen. Manche Beiträge konzentrieren sich sehr fokussiert auf einen bestimmten Teilbereich der Buchmesse, andere geben verschiedene individuelle Beobachtungen in einem breiteren Rahmen wieder. In einem Fall entschieden wir uns gemeinsam dafür, die wertvollen Erfahrungen und Beobachtungen einer Teilnehmerin in Form eines Interviews in diese Publikation zu integrieren. Alle vorliegenden Beiträge wurden in einem internen Verfahren gegenseitig begutachtet und dadurch weiterentwickelt. Die Herausforderung dabei lag insbesondere darin, die jeweiligen Perspektiven der BürgerwissenschafterInnen nicht zu beeinträchtigen oder gar zurückzuweisen, aber dennoch auch auf Ungereimtheiten oder spezifische Formen und Regeln der „guten wissenschaftlichen“ Praxis hinzuweisen.

Überblick über die Beiträge

Im ersten Beitrag, „Frankfurts Türen“, führt Susanne Lehmann, Pensionistin und Hobby-Autorin aus St. Pölten, durch die Frankfurter Buchmesse und beschreibt dabei die räumlichen Perspektiven und Anordnungen der Buchmesse. Anschließend setzt sich die pensionierte Sozialarbeiterin Anna Durstberger mit der politischen Dimension der Frankfurter Buchmesse auseinander, die im Jahr 2017 von besonderer Brisanz mit hoher medialer Aufmerksamkeit gewesen ist. Auch der Lehrer für Persönlichkeitsentwicklung und Kommunikation am Schulzentrum Eybnerstraße in St. Pölten und Schulbibliothekar am Lern- und Informationszentrum des SZE, Georg Wandl, thematisiert den Bezug zur Öffentlichkeit der Buchmesse. Ihm fielen die unterschiedlichen TV-Bühnen auf der Buchmesse auf, deshalb beobachtete und verglich er diese im Detail. Der darauffolgende Beitrag des Journalisten Christian Höller aus Melk konzentriert sich auf zwei Grundthemen der Frankfurter Buchmesse, nämlich den Austausch von Rechten und Lizenzen auf der einen und den besonders wichtigen Austausch von Kontakten auf der anderen Seite. Magdalena Riener, Masterstudentin der Austrian Studies an der Universität Wien, verbrachte die meiste Zeit ihrer Feldforschung in den weniger frequentierten internationalen Hallen der Frankfurter Buchmesse und warf unter anderem einen genauen Blick auf die nationalen Gemeinschaftsstände. Der Beitrag „Buchkunst und Digitalisierung“ der pensionierten Hochbautechnikerin Annemarie Bugl setzt sich mit der Kopräsenz

[13] Glaser, Barney & Strauss, Anselm (1967): The Discovery of Grounded Theory. Strategies for Qualitative Research. Aldine, Chicago.

von Analog und Digital auf der Frankfurter Buchmesse auseinander. Anschließend beleuchtet Erika Lessmann, Leiterin der Stadt- und ÖGB-Bücherei der Stadt Melk, die Frage, wie auf der Frankfurter Buchmesse 2017 die Kinder- und Jugendliteratur präsentiert und diskutiert wurde. Auch Renate Wittmann, hauptberuflich Beauty- und Vitalcoach und zudem ehrenamtliche Leiterin der öffentlichen Bücherei der Gemeinde Rabenstein an der Pielach, fokussierte sich in ihrer Beobachtung und ihrem Beitrag „Vom Hörbuch bis zur Hörspielbox“ auf ein spezifisches Segment des Buchmarktes, und zwar auf „das Buch als gesprochenes Wort“. Helmuth Fahrngruber, Filialleiter der Thalia Buch- und Medien-GmbH in St. Pölten, konnte in seinem Beitrag unter anderem die Arbeit seiner KollegInnen aus dem Buchhandel auf der Messe mitverfolgen und dadurch auch einen anderen Blickwinkel auf das „Tagesgeschäft“ in der Filiale einnehmen. Der letzte Beitrag ist ein Interview mit der pensionierten Buchhändlerin Vivienne Lipscombe, die neben ihrer teilnehmenden Beobachtung auf der Buchmesse – unter anderem war sie auch beim sogenannten „Österreich-Empfang“ im Städel-Museum anwesend – Einblicke in die Geschichte des Buchhandels aus ihrer biographischen Sicht gibt.

Susanne Lehmann

Frankfurts Türen

Ihnen, verehrte Leserinnen und Leser, möchte ich als Bürgerwissenschaftlerin der Stadt St. Pölten von meinem Besuch der Frankfurter Buchmesse 2017 unterhaltsam informativ berichten. Ich möchte erzählen, wie ich in Menschenströmen schwamm oder in ruhige Buchten flüchtete, wie ich Flure und Räume durchschritt oder stehen blieb, um durch offene Türen zu schauen. Manche geschlossene Tür konnte ich selbst öffnen. Manch andere blieb mir leider verschlossen.

Die erste wunderbar geheimnisvolle Tür öffnete sich für mich, als ich die Einladung erhielt, am Citizen-Science-Projekt „Inside Trading Cultures“, das mit dem Besuch der Frankfurter Buchmesse verbunden war, teilzunehmen. Als Bürgerwissenschaftlerin war mein Auftrag, das Feld des Buchhandels auf einer Messe zu beobachten. Also beobachtete und notierte und dachte ich. Diese meine Gedanken möchte ich nun mit Ihnen teilen.

Gestatten Sie mir vorab eine kurze Erklärung: In meinem folgenden Bericht werde ich hin und wieder das Kürzel FBM verwenden, das als gängige Abkürzung für „Frankfurter Buchmesse“ verwendet wird. Vier Tage war ich Besucherin der FBM, wovon die ersten drei Tage, also Mittwoch bis Freitag, „Fachbesuchertage“ waren und der Samstag ein offener Besuchertag für das allgemeine Publikum, den ich im Folgenden „Publikumstag“ nennen werde.

Sind Sie bereit, auf Entdeckungsreise zu gehen?

Darf ich Ihnen eine Führung über das Messegelände anbieten?

Dann folgen Sie mir bitte und begleiten Sie mich durch ein Haus mit 1000 Türen!

Der Weg zum Messegelände

In der Stadt Frankfurt angekommen, mache ich mich auf den Weg vom Bahnhof zum Messegelände. Ich werde die Messe zum ersten Mal besuchen und kenne das Gebäude, das mich erwartet, noch nicht. Ich stelle mir vor, es wäre ein riesiges Haus, in dem eine große Feierlichkeit stattfinden soll.

Ich schwimme in einem Menschenfluss, der sich vom Bahnhof zum Messegelände bewegt.

Rikscha-ähnliche Gefährte mit einem radfahrenden, menschlichen Antrieb bieten Taxidienste an, überholen mich und fahren BesucherInnen vom Bahnhof zur Messe. Ich beobachtete sie morgens und abends, wie sie Menschen zwischen Messe und Bahnhof hin- und hertransportieren.

Ich schaue mich um und suche nach Hinweisen, z. B. in Form von Werbetafeln, auf das bevorstehende Spektakel. Ich kann aber nichts dergleichen entdecken. Plötzlich sehe ich Dieter Mohr lesend im Gastgarten eines Straßencafés sitzen. Ich nehme an, dass er sicher einer der Gäste auf der großen Party sein und mir wieder begegnen wird. Zu dem Zeitpunkt weiß ich noch nicht, wie groß das Gelände ist. Dieter Mohr wird mir nicht wieder begegnen.

Nach ungefähr zehn Minuten Fußmarsch komme ich am Haupteingang des Messegeländes an. Vor den Türen erwartet mich eine Art Miniflohmarkt: Es gibt einen

Stand mit Holzstempeln aller Art und einen Stand mit antiquarischen Büchern. Alles scheint irgendwie unfertig. Man richtet sich noch ein. An den folgenden Tagen werden tatsächlich noch mehrere Verkaufsstände hinzukommen. Die Haupteingangstüre aus Glas ist verhältnismäßig unspektakulär und außer dem Schriftzug darüber weist nichts auf die Frankfurter Buchmesse hin. Dies ist also die Tür ins Reich der Bücher, die Haustüre zum größten Buchhandelsereignis der Welt, die Tür, die außen und innen voneinander trennt. Oder verbindet.

Nun betreten wir das große Haus. Schauen Sie sich mit mir gemeinsam um!

Der Eingangsbereich

Der Raum hinter der Eingangstür ist halbrund. Hinter mir befindet sich die kreisförmig gewölbte, gläserne Eingangsfront. Seitlich davon gibt es einen kleinen Supermarkt, eine Garderobe und ein Café. Vis-à-vis sehe ich einen Informationsstand, an dem man diverses Infomaterial über die Messe erhalten kann, unter anderem einen kleinen Übersichtsplan über das Messegelände. „Ich kann sicher jede Orientierungshilfe brauchen“, denke ich, „wenn ich mich hier auf der größten Buchmesse der Welt befinde“, und stecke ihn dankbar in meine Jackentasche. Ein komplettes Ausstellerverzeichnis, das ich zur Vorbereitung schon gern vor Beginn der Messe gehabt hätte, gibt es hier nicht. Es wird lediglich ein „Visitor Guide 2017“ angeboten, der Heftformat hat und sicher nicht alle AusstellerInnen beinhaltet.

Dafür gibt es aber ein großes Hinweisschild, auf dem ein Pfeil schräg nach oben deutet. Es weist den Weg eine Treppe hinauf zu den Kassen. Ich bin verunsichert und weiß nicht genau, wo ich nun hinsoll, denn ich habe ja bereits eine Eintrittskarte. Wenn ich bei meinem bildhaften Vergleich mit einem Haus bleibe, ist dies hier der Windfang und Vorraum. Aus dem Windfang scheint ein Flur am Informationsstand vorbeizuführen. Meine Dauereintrittskarte in der Hand versuche ich, um die Ecke des Informationsstandes herum und den Flur entlangzuschauen, und entdecke dort zu meiner Freude die Schleuse für EintrittskartenbesitzerInnen.

Es sind drei Durchlässe. Heute Morgen ist der Andrang noch nicht so groß, wie ich im späteren Vergleich feststellen werde. An den folgenden Tagen wird ein größerer Menschenstrom diese drei Durchgänge passieren.

Mein Ticket wird gescannt, ich darf durch diese Pforte hindurchgehen und gelange in einen breiten Flur. Links von mir hängen geheimnisvolle graue Metallkästen schweigend in einer scheinbar endlosen Reihe an der Wand. Sie verraten nicht, wer oder was sie sind. Die rechte Seite des Flures ist komplett raumhoch verglast und man schaut auf eine grau gepflasterte, menschenleere Hoffläche. Noch immer weist kein Werbeplakat, kein Foto, kein Prospektmaterial auf die FBM hin. Lediglich ein Hinweisschild, das vor mir auftaucht, belehrt mich darüber, dass ich hier nicht mit Gepäck eintreten darf.

Ich bin verunsichert. Gilt mein Rucksack als Gepäck? Ich stoppe kurz, lehne mich an die kalten, grauen Metallkästen, frage mich nebenbei, was um Himmels willen sie für eine Funktion haben könnten, und beobachte die anderen Menschen und vor allem ihr Gepäck. Da es sich an diesen ersten Tagen wohl überwiegend um erfahrene FachbesucherInnen handelt, orientiere ich mich an ihrem Verhalten. Sie gehen ganz ungezwungen auf eine

weitere Schleuse zu, an der, wie ich sehe, das Gepäck von uniformierten, Plastikhandschuh tragenden Messeangestellten durchsucht wird.

Am heutigen ersten Tag bleibt es beim Durchsuchen der Taschen. An den folgenden Tagen gesellen sich noch Damen und Herren hinzu, die direkt hinter der Taschenkontrolle mit Metalldetektoren, die ähnlich wie Taktstöcke aussehen, seitlich, vorn und hinten auf der Suche nach Metallgegenständen am Körper der BesucherInnen entlangfahren.

An einem der folgenden Tage piepst der Metalldetektor auf der Höhe meiner rechten Hosentasche. Die Dame, die den Stab führt, bemerkt: *„Das ist sicher ihr Handy“*, und lässt mich passieren.

Einige Meter hinter den Kontrollen geht es rechts herum, durch eine Glastür hinaus, auf den menschenleeren Platz. Ein kleiner Bereich direkt vor der Türe ist mit rotweißem Flatterband abgeteilt. Ein Flair von Baustelle liegt in der Luft.

Es ist die Haltestelle des Shuttle-Busses, der zwischen hier und den Hallen pendelt. Da ich nicht weiß, wie weit die Distanzen von hier aus sind, und mir auch nicht sicher bin, ob ich mich zurechtfinde, wenn ich zu Fuß losgehe, warte ich auf den Bus. Er trifft nach zwei Minuten Wartezeit ein und ich steige gemeinsam mit einigen anderen BesucherInnen zu.

Nach einer weiteren Minute erreichen wir die erste Haltestelle am Messegelände. Ich steige aus, schaue mich um, erkenne, dass das Messegelände nun direkt vor mir liegt, und fühle mich befreit. Ich habe nun den langen, endlos scheinenden Flur des Hauses hinter mir gelassen. Ich stehe am Eingang zur Diele. Diese Tür steht weit offen. Ich stehe da und staune und schaue. Vor mir liegt ein riesiger Platz, der von Hallen umgeben ist, die Agora.

Eine Agora ist ursprünglich eine Volksversammlung, aber auch gleichzeitig ein rechteckiger, von Säulen umschlossener Platz, auf dem die Volksversammlungen in altgriechischen Städten stattfanden. Sie war ein wichtiger Kultplatz und wurde als Veranstaltungsort genutzt, um eine gemeinsame Identität auszubilden oder sie zu stärken. Einen zutreffenderen Namen für diesen Platz hätte man wohl kaum finden können.

So stehe ich dort – am Rande der Agora. Sie können mir glauben, dass ich überwältigt bin und einige Zeit brauche, um den ersten Eindruck aufzunehmen. Möchten Sie erfahren, was ich sehe? Dann bitte ich Sie, mit mir gemeinsam auf die Agora zu schauen. Haben Sie das Bild einer großen Diele in einem noch größeren Haus vor Augen? Heute, am ersten Tag, finden sich erst langsam die Gäste ein. Das große Fest ist noch in Vorbereitung.

Hinter uns befinden sich Halle 5 und 6, in denen das gesamte Ausland ausstellt. Die einzigen Ausnahmen bilden hier Österreich und die Schweiz, die in Halle 4.1 untergebracht sind, und natürlich der diesjährige Ehrengast Frankreich, der eine Halle für sich allein hat.

Auf der gegenüberliegenden Seite des Platzes sehen Sie Halle 3, die von deutschen AusstellerInnen „besiedelt“ ist. Rechts von uns, an der Stirnseite, begrenzt die Halle 4, in der im Erdgeschoss Asien und im Obergeschoss eine bunte, noch näher zu beschreibende Mischung zu Gast ist, den Platz und linker Hand die Halle F, in der der ARD und der Ehrengast Frankreich residieren.

Die Agora

Ein Grünstreifen am Rande eines künstlich angelegten Wasserlaufs, der in einem betonierten geradlinigen Bett am Rande der Agora verläuft, bietet mit seinen Bänken und Bäumen Platz zum Ausruhen.

An diesem ersten Morgen herrscht hier Leere. Niemand will hier sitzen und sich ausruhen. An den folgenden Tagen werden diese Bänke aber stark frequentiert sein. Menschen werden hier sitzen und telefonieren, lesen, in Akten blättern oder sich unterhalten, wenn sie zu zweit sind. Paare beobachte ich an den Fachbesuchertagen aber selten.

Ganz anders sieht das am Publikumstag aus. Es treffen immer mehr Cosplayer paarweise oder in Gruppen ein. Schillernde Figuren in aufwändigen Kostümen, die direkt Computerspielen oder Comics entsprungen scheinen, machen sich einen Spaß daraus, sich vor der Menge zur Schau zu stellen. Sie nutzen dieses Event gleichzeitig als Treffpunkt und als Bühne. Stolz führen sie ihre Kostümierungen vor, wandeln umher, treten auf wie Stars, präsentieren sich. Sie nehmen den gesamten parkähnlichen Grünstreifen in Beschlag, lassen sich auf dem Rasen nieder, flanieren über die kleinen Brücken, die über den Bachlauf führen, provozieren Blicke und lassen sich freudig fotografieren. Sie lachen, feiern, trinken, sprechen über das Genre. Eine separate Party innerhalb der großen Party findet statt. Ich sehe nur sehr wenige von ihnen in den Hallen wieder.

Am Freitag erwischt mich hier im „Park“ eine junge Dame, die von der Messe beauftragt ist, eine Umfrage durchzuführen. Sie ist Studentin und muss ungefähr 20–25 Personen am Tag darüber befragen, wie lange sie hier sein werden, in welcher Entfernung zur Messe sie nächtigen, wie viel Geld sie hier und auch außerhalb der Messe ausgeben. Ich stehe Rede und Antwort, denn ich kann sie gut verstehen. Die Messe führt wohl Statistiken darüber.

Wenden Sie nun Ihre Aufmerksamkeit wieder der Agora zu, denn der „Park“ macht nur einen kleinen Bruchteil der Gesamtfläche aus. Es gibt noch einiges mehr zu sehen!

Open Stage

Die beiden größten Anziehungspunkte auf dem vor uns liegenden Platz sind die große offene Bühne, die „Open Stage“, und das Lesezelt, in welchem Lesungen oder Preisverleihungen stattfinden. Die Taktung der Veranstaltungen ist auf der ganzen Messe die gleiche. Die halbe Stunde ist das absolut durchgängige Muster und wird nur selten von einer Ausnahme, der ganzen Stunde, durchbrochen.

Auf der „Open Stage“ finden am ersten Tag keine Veranstaltungen statt. Es wird noch gebaut, die Tonanlage wird immer wieder getestet. Ich habe den Verdacht, dass der erste Fachbesuchertag, der Mittwoch, eher noch als Anreisetag für das Fachpublikum gilt.

In einem Gespräch wird dieser Gedanke bestätigt. Eine Dame, die Mitarbeiterin bei „Libri“ ist, berichtet mir, dass das persönliche Kennenlernen von GeschäftspartnerInnen und die Anbahnung von Geschäftsabschlüssen hier auf der Messe im Vordergrund ihrer Aktivitäten stehen. Sie ist in der Kundenpflege und Neukundenwerbung tätig, also nicht direkt am Stand von „Libri“. Tatsächliche Abschlüsse von Verträgen würden kaum getätigt. Sie bestätigt im weiteren Gesprächsverlauf auch, dass der Mittwoch üblicherweise ein Anreisetag für die FachbesucherInnen ist und dass dieselben meist auch am Freitag schon

wieder abreisen. Deshalb sei der Donnerstag der am stärksten frequentierte Fachbesuchertag.

Genauso wie vorausgesagt, werde ich diese drei Fachbesuchertage auch erleben. Der BesucherInnenandrang am Donnerstag wird nur durch die Publikumsmenge am Samstag noch weit übertroffen werden.

Am Donnerstagnachmittag veranstaltet das „Ministry of Culture of Ukraine“ auf der Open Stage ein musikalisch-poetisches Projekt eines ukrainischen Künstlerpaares, das sich KAT nennt und ihr Projekt „Diejenige, die sie zusammen sahen“ präsentiert. Die Künstlerin Kateryna Babkina trägt Verse in Originalsprache vor, die auf einem Monitor in deutscher Übersetzung zu lesen sind. Ihr Partner Anton Baibakov spielt dazu am Piano.

Der BesucherInnenandrang hält sich sehr in Grenzen. Wenige der Sitzplätze sind besetzt. Die tragisch-melancholische Stimmung des Vortrags bringt mich zum Sinnieren, und ich frage mich, warum die beiden genau jetzt hier auftreten. Irgendjemand wird für die Organisation und Abstimmung der Bühnentermine zuständig sein.

Als am Freitagabend, dem dritten und letzten Fachbesuchertag, Udo Lindenberg auf der Open Stage auftritt, bin ich schon beinahe ein alter Hase auf der Messe.

Ich bin schon früh vor Ort und möchte beobachten, wie der große alte Deutsch-Rocker ankommt. Ich nehme an, dass er in dem Winkel zwischen Halle F und Halle 3 auftauchen wird.

Die Hallen umschließen den Platz nur scheinbar vollständig. Wenn man genauer hinschaut und die Ecken der Agora betrachtet, sieht man die Durchfahrten zwischen den Eckpunkten der Hallen. Dort führen Wege aus dem Gelände hinaus – und natürlich hinein. Die Durchgänge sind durch variable metallene Bauzäune abgesperrt. Plötzlich wird mir bewusst, was auf diesem abgeschlossenen Gelände alles passieren könnte. Ein einfacher Scherz mit einem Knallkörper könnte in dieser terrorverängstigten Gesellschaft schon zu Panik führen. Wohin sollten die Menschen sich dann wenden? Wohin würden sie flüchten? Wohin könnte man sie leiten? Zwischen allen Hallen befinden sich solche halb versteckten Durchlässe, wie halb verschlossene Türen. Jetzt, da ich den Sinn dieser „Notausgänge“ verstehe, bin ich froh, dass es sie gibt. Und ich denke, dass diese Durchgänge auch dazu dienen, Prominente möglichst diskret und auf kurzen Wegen in das Gelände hineinzubringen.

Denken Sie zurück an das Bild der Diele in unserem großen Haus. Auch von einer Diele eines Wohnhauses zweigen Türen zu anderen Räumen und Türen ins Freie ab. Die Diele, hier vor Ort die Agora, hat gleichzeitig eine Verteiler- und auch eine Unterbrecherfunktion. Sie verteilt Menschenströme auf verschiedene Räume und stoppt dieselben, die aus den Räumen hierherkommen. Die Menschen strömen aus den Türen der Hallen hinaus, verteilen sich über den ganzen Platz, entspannen sich und finden sich zu neuen Strömungen vor den Eingängen wieder zusammen.

Noch eine kurze Anmerkung zum Thema Sicherheit sei mir gestattet: Ich sehe an allen Tagen meines Besuches PolizistInnen, immer zu zweit, durch die Hallen und Gänge wandern. Es sind meistens zwei Männer, manchmal ein Mann und eine Frau. Zwei Frauen

sehe ich nie zusammen. Sie haben eine ruhige und bedachte Ausstrahlung, sie unterhalten sich nie, sondern beobachten aufmerksam die Umgebung.

In unserer Diele wird nun ein Ehrengast erwartet, der uns ein wenig an alte Zeiten erinnern wird.

Plötzlich ist er da. Leider habe ich nicht gesehen, woher er auf einmal gekommen ist. Udo Lindenberg mit einer dicken Zigarre im Mundwinkel, sein kleines Privatgefolge und einige Sicherheitsleute tauchen schnellen Schrittes hinter der Bühne auf und verschwinden, begrüßt und bejubelt vom Publikum, gleich wieder in einem kleinen, geschlossenen Raum direkt beim Bühneneingang.

Mir fällt das Zitat ein, das ich auf dem „Ideenmagazin für den Buchhandel" namens „Buchmarkt" gelesen habe. *„Natürlich können Drogen die künstlerische Arbeit befeuern, das weiß man von Goethe, Freud, Bukowski und vielen anderen. Aber die haben eben auch die Regel befolgt: Im Rausch schreiben, nüchtern gegenlesen."* (Udo Lindenberg). Das Zitat passt zu ihm; zu ihm, der Jahre im Hotel Atlantic in Hamburg residierte und dort vermutlich auch den Text zu seinem Song „Säufermond" schrieb. Er beschreibt die Leiden eines Alkoholikers. Udo Lindenberg schreibt seine Texte selbst. Und nun hat er ein Buch herausgebracht. Er stellt sein Fotobuch „Stärker als die Zeit" vor. Es zeigt Aufnahmen seiner Fotografin Tine Acke der letzten vier Jahre seiner Geschichte.

Und natürlich singt er auch.

Er gehört hierher. Er ist nicht nur Sänger und Musiker, sondern auch Dichter und Schreiber. Er hat so viel Geschichte wie ein gutes altes Buch und er gehört so sehr zur deutschen Kulturgeschichte wie die Buchmesse selbst.

Ich frage mich nur, warum er, der Rocker aus dem Volk, hier an einem Fachbesuchertag auftritt und nicht an einem der öffentlichen Besuchertage. Der Zeitpunkt seines Auftritts wird wohl genauestens durchdacht und geplant sein. Vielleicht soll es so etwas wie ein Abschiedsbonbon für die FachbesucherInnen sein. Ich weiß es nicht.

Verehrte Leserinnen und Leser, es gäbe noch von vielen weiteren Auftritten auf der Bühne zu berichten. Vom Gedankenleser und Mentalisten Tobias Heinemann, der das Publikum mit seinem feinsinnigen Gespür für kaum wahrnehmbare Reaktionen bei seinen „SpielpartnerInnen" beeindruckte, über „Grill den Henssler" mit dem Starkoch Steffen Henssler bis zu Wolfgang Hohlbein live hätte ich hier im Halbstundentakt befeuert werden können. Und dies war nur einer von unzähligen Veranstaltungsorten.

Schauen Sie nun ein wenig nach rechts! Dort sehen Sie ein kleines Zelt. Es ist das Signierzelt, vor dem, wie Sie sich denken können, immer lange Menschenschlangen voller Ungeduld auf eine Unterschrift warten. Die eine Hälfte des Zeltes gehört den Stars von der Open Stage, die andere den Vortragenden aus dem Lesezelt. Und dorthin, zum Lesezelt, möchte ich Sie jetzt entführen!

Das Lesezelt

Das Lesezelt befindet sich noch weiter rechts, in der Nähe zum Eingang der Halle 4. Große Lautsprecher links und rechts neben dem Eingang übertragen die Lesungen oder Vorträge

nach außen und bieten so auch Vorbeigehenden einen kurzen Eindruck von dem, was im Inneren des Zeltes geschieht.

Treten Sie mit mir ein! Die Türe ist offen.

Der Innenraum erinnert ein wenig an eine Zirkusmanege: Ein rundes Zelt, in der Mitte eine kleine Bühne, davor Stuhlreihen im Halbkreis aufgebaut, eine Teetheke am Rande. Die Aura dieses Raums strahlt eine einladende Ruhe aus. Sie scheint beinahe zu rufen: „Komm, setz dich, trink Tee, entspann dich und lass dir vorlesen!“

Ich folge diesem Ruf an einem der Fachbesuchertage. Peter Holzer wird sein Buch „Mut braucht eine Stimme. Wie Sie Ihrem Leben Wirkung geben“ vorstellen. Ein interessanter Titel, denke ich. Welche Ratschläge wird Herr Holzer geben, um das eigene Leben wirkungsvoller zu machen, mehr Mut zu haben und nachdrücklicher seine Meinung zu vertreten als bisher?

Ich empfinde seinen Vortrag als einen sehr emotionalen und persönlichen Bericht seiner Lebensgeschichte, und er erfüllt nicht die Erwartungen, die durch den Titel entstanden sind. Im Abstand von jeweils einer Minute stehen drei geschäftsmäßig gekleidete Herren auf und verlassen den Vortrag. Wer waren sie? Weshalb waren sie hier? Waren es Einkäufer, die sich für Neuerscheinungen interessierten? Offensichtlich wurden auch ihre Erwartungen enttäuscht.

Mögen Sie Märchen?

Dann möchte ich Ihnen noch kurz von „Grimms Morde“ erzählen, dem neuen Roman von Tanja Kinkel. Er beruht auf wahren historischen Begebenheiten, wie Tanja Kinkel bei ihrem Auftritt im Lesezelt erklärt. Auf diese Weise erfahre ich, dass die Gebrüder Grimm mit den Schwestern von Droste-Hülshoff bekannt und befreundet waren. Sicher haben sie sich gegenseitig geistig bereichert, die schöpferische Arbeit des anderen befruchtet. Wer weiß, wer sich die bekannten Märchen der Grimms ausgedacht hat? Vielleicht war es eine der beiden von Droste-Hülshoff Schwestern!?

Es sind nur Schlaglichter, die ich in der Menge an Veranstaltungen für Sie auf einzelne Punkte und Ereignisse richten kann. Bevor ich nun das Licht auf der Agora lösche und den nächsten Spot für Sie aufleuchten lasse, möchte ich eine Frage an Sie richten.

Haben Sie Hunger? Oder Durst? Dann folgen Sie mir bitte zum Buffet!

Organisation des Messebetriebes

Hier auf der Agora sind etliche Imbissstände verteilt. Für jeden Geschmack ist etwas dabei. Von Currywurst mit Pommes frites über Flammkuchen, Suppen und Eintöpfe, asiatische Küche, Fish and Chips bis Kaffee und Kuchen wird alles angeboten. Wer hier nicht das Richtige findet, kann zusätzlich noch in die Restaurants oder Cafés innerhalb der Hallen einkehren.

Bitte stärken Sie sich! In der Zwischenzeit werde ich Ihnen etwas von „Accente“ erzählen.

Die Betreuung, die Belieferung der Stände und Restaurants mit Lebensmitteln, das Zubereiten der Speisen, die Entsorgung von Müll und vieles mehr wird von der Firma Accente Gastronomie Service GmbH durchgeführt. Sie ist eine Tochtergesellschaft der

Messe Frankfurt GmbH. Die Accente Service GmbH und ihr Personal betreuen nicht nur die Gastronomie. Sie stellen z. B. auch das Personal an den Infoständen und Kassen, an den Garderoben, in den Shops. Sie beliefern bei Bedarf die AusstellerInnen, stellen Hostessen oder Hosts oder BarkeeperInnen, versorgen die AusstellerInnen mit Kaffeemaschinen oder Kühlschränken. Sie bauen Mobiliar und Bühneneinrichtung auf und ab, transportieren und lagern ein.

Dies alles geschieht so sehr im Hintergrund, dass man es kaum bemerkt. Einzig ihre winzigen Elektro-Pick-ups mit der Aufschrift „accente" sieht man gelegentlich, wenn sie leise summend wie kleine Bienen zwischen den Hallen umherfahren.

Sollten Sie, verehrtes, mir lesend folgendes Publikum, einmal selbst zur Frankfurter Buchmesse fahren, dann verspreche ich Ihnen, dass es auf der Agora noch mehr zu sehen gibt als das bisher Beschriebene und Geschilderte.

Wir wollen nun unseren Rundgang durch das gedachte Haus fortsetzen. Wir verlassen die Diele und ich lade Sie ein, mir in einen anschließenden Gebäudetrakt zu folgen.

Es ist die Halle 4, die ich Ihnen zeigen möchte.

Halle 4, Erdgeschoss

Im Erdgeschoss befinden sich der Business-Club, ein großer Papeterie- und Geschenke-Shop und die AusstellerInnen aus Asien.

Vor dem Business-Club, den man vielleicht mit dem Privatbüro unseres Hausherrn vergleichen könnte – hier ist der Eintritt nur ausgewählten Gästen erlaubt –, befindet sich der Treffpunkt zu den Führungen. Es werden ganz unterschiedliche Führungen angeboten, z. B. durch die Gourmet Gallery oder durch die Abteilung Kunstbuch. Eine Anmeldung ist erforderlich, da die TeilnehmerInnenzahlen begrenzt sind.

An einem der Fachbesuchertage frage ich am Informationsstand vor dem Eingang zum Business-Club nach, ob eventuell noch Plätze bei Führungen frei sind. Ich erhalte die Auskunft, dass in wenigen Minuten eine „Pauli-Führung durch die unabhängigen Verlage" stattfindet, an der ich noch teilnehmen könne. Ich freue mich, denn die „unabhängigen Verlage", die ich vorher schon entdeckt habe, interessieren mich sehr. Ich solle direkt bei der Gruppe nachfragen, die sich einige Meter entfernt schon versammelt hat.

Ich wende mich an einen Herrn, der mir daraufhin in der Menschenansammlung Herrn Pauli zeigt. Ich solle ihn direkt fragen, es wäre sicher kein Problem. Ich nähere mich dem besagten Herrn, unsere Blicke treffen sich. Wahrscheinlich schaue ich so fragend, dass er sich zu mir hinwendet. Ich frage ihn höflich, ob ich eventuell noch an der Führung durch die unabhängigen Verlage teilnehmen könne. Zuerst nickt er freundlich lächelnd, doch dann wird sein Blick kritischer, und er fragt: *„Sind Sie Mitglied im Börsenverein?"* Mit dieser Frage habe ich nicht gerechnet. Überrascht muss ich verneinen. *„Dann geht das leider nicht. Wir sind hier eine geschlossene Gesellschaft."* Mit diesen Worten wendet sich Herr Pauli von mir ab und wieder seiner Gruppe zu. Hier bleibt mir sehr deutlich und nachdrücklich eine Tür verschlossen.

Es scheint sich um einen buchhändlerischen „Rat der Weisen" zu handeln, der seine Türen nur ungern öffnet.

Bei meinen späteren Recherchen erfahre ich von einigen wichtigen Funktionen, die der „Börsenverein des deutschen Buchhandels“ für den gesamten Buchhandel und das Verlagswesen hat. Und ich erfahre auch, dass der Börsenverein der Veranstalter der Buchmesse Frankfurt ist.

Erinnern Sie sich, dass ich eben vom Hausherrn unseres imaginären Hauses sprach? Ja, wer ist denn nun hier der Hausherr?

Selbstverständlich war ich davon ausgegangen, dass die „Frankfurter Buchmesse GmbH“, die auch in den Heftchen „Messe ABC“ und „Visitor Guide“ als Veranstalter eingetragen ist, der Hausherr ist.

Es entstehen Fragen, die ich nicht ohne Weiteres beantworten kann.

Doch kommen wir zurück zu unserer Wanderung durch die Hallen der Messe. Wir befinden uns noch immer im Foyer der Halle 4.0, also im Erdgeschoss der Halle 4.

Am Donnerstagmorgen sehe ich eine Dame mit großem Rollkoffer vor dem Eingang zur Asien-Abteilung. Ihr Erscheinungsbild ist eher europäisch. Ich frage mich, in welchen Angelegenheiten sie hier unterwegs ist, und spreche sie an. Sehr freundlich und aufgeschlossen berichtet sie mir, dass sie seit 25 Jahren chinesische und japanische Texte ins Deutsche übersetze. Sie habe Sprachen studiert und arbeite üblicherweise von zuhause über das Internet und ohne Agenten. Nun habe sie vor kurzer Zeit einen neuen großen asiatischen Auftraggeber gefunden, der hier auch ausstelle. Sie wolle die Gelegenheit nutzen, um ihn persönlich kennenzulernen und weitere Kunden zu besuchen. Da sie in der Nähe von Frankfurt lebe, sei es kein Problem für einen Tag herzukommen. Heute Abend reise sie wieder ab. Ich bedanke mich bei der Dame, schreibe mir ein paar Notizen auf und wende mich den Rolltreppen zu.

Am Fuß aller Rolltreppen stauen sich die Menschenströme regelmäßig zu kleinen und größeren Seen. Sie fließen nur langsam über die Rolltreppen ab. Am offenen Publikumstag stehen an allen Ein- und Ausgängen der Rolltreppen Sicherheitsbedienstete, um die Menschenströme zu leiten, umzuleiten, zu beaufsichtigen. Es werden sogar bestimmte Wege und Umleitungen durch das altbekannte rote Flatterband abgegrenzt und die Einhaltung dieser Wege wird streng kontrolliert.

Am Morgen meines ersten Tages fahre ich hinauf in die Halle 4.1, um bei der Eröffnung des österreichischen Gemeinschaftsstandes dabei zu sein. Die breite Eingangstür zur Halle steht offen.

Halle 4.1 in unserem imaginären Hausvergleich unterzubringen, ist etwas schwierig, aber ich möchte es für Sie versuchen.

Halle 4, 1. Etage

Die Halle 4 gliedert sich in mehrere Bereiche, die zunächst nur durch einen wechselnden Bodenbelag angezeigt werden. Man überschreitet gewissermaßen Türschwellen, ohne es sofort zu bemerken. Von der Antiquariatsmesse über die Abteilung Kunstbuch, The Arts+ mit der Arts+-Bühne bis hin zum Azubistro und zu den unabhängigen Verlagen.

Vielleicht könnte man es am besten mit einem riesigen Atelier gleichsetzen, in dem alte Kunst gesammelt und neue Kunst entwickelt wird, oder mit einem Labor, in dem man mit neuen Techniken experimentiert.

Die Eindrücke sind vielfältigster Art. Auch hier kann ich nur Spotlights für Sie einschalten.

Schauen Sie mit mir gemeinsam!

Direkt rechts hinter dem Eingang befindet sich der kleine Stand des Elisabeth-Sandmann-Verlags. Ich kenne diesen Verlag, sein Programm und seine Ideologie bislang nicht. Aber im Verlauf der Messetage erwirbt Frau Elisabeth Sandmann meinen größten Respekt. Ich besuche Halle 4.1 sehr oft, zu verschiedenen Zeiten, mehrmals täglich. Zu jedem Zeitpunkt sitzt sie diszipliniert in stoischer Gelassenheit, freundlich lächelnd, topgepflegt und gestylt, umgeben von zwei bis drei Mitarbeiterinnen, an ihrem Stand. Über ihr hängt ein großes Werbeplakat, das sie selbst zeigt und den Aufdruck „Was bewegt uns?“ trägt. Später erfahre ich, dass sie mit dem Werbeslogan „Schöne Bücher für kluge Frauen“ wirbt. Sie wirkt sehr authentisch. Vielleicht beeindruckt sie mich deshalb so sehr.

Es fehlt an Glaubwürdigkeit im Geschäftsleben. Empfinden Sie das auch so?

Auf meinem Weg zum österreichischen Gemeinschaftsstand sind Menschen neben mir, vor mir, hinter mir; links und rechts wechselnde neue Eindrücke. Ich bin zum ersten Mal in einer dieser Hallen, und ich fühle mich, als ob jemand neben mir auf dem Sofa im 20-Sekunden-Takt das TV umschaltet.

Ich komme am Stand des Fernsehsenders Arte vorbei. Dort steht im Rahmen des morgendlichen Poetry-Slams gerade Julia Szymik auf der Bühne.

Rechts von mir befindet sich der Gemeinschaftsstand der Schweiz, auf der linken Seite der Stand der IG Autorinnen/Autoren Niederösterreich, gefolgt von der Literaturedition Niederösterreich, gegenüber davon der Gemeinschaftsstand Österreich.

Der Hausherr schwingt die Glocke. Hören Sie sie klingen? Der Gast Österreich möchte sich nun offiziell vorstellen.

Es wird fotografiert, gefilmt, gesprochen, eine Rede gehalten. Im Anschluss gibt es für alle Anwesenden roten oder weißen Wein, Sekt oder Orangensaft und kleine Häppchen dazu. Man umarmt und begrüßt sich, steht in Grüppchen zusammen und führt angeregte Unterhaltungen. Eine geschlossene Gesellschaft demonstriert Zusammenhalt und somit unbewussterweise eine Art von Abweisung. Man wendet sich dem Bekannten zu und dem Unbekannten ab. Türen nach außen werden verschlossen. Aber vielleicht fällt es mir hier nur besonders auf. Genau genommen ist es sogar die Regel, dass Menschen sich so verhalten.

Ich setze meinen Rundgang fort und finde mich plötzlich inmitten von kleineren und größeren Messeständen wieder, die dicht gedrängt links und rechts von mir in Reih und Glied stehen.

Es ist eine Vielzahl von kleineren Verlagen aus Deutschland. Ich nehme an, sie gehören alle zu der Gruppe der „Unabhängigen Verlage“. Ich sehe auch Verlage aus Österreich und der Schweiz, die sich offenbar von den jeweiligen Gemeinschaftsständen abgrenzen

wollen. Es überfluten mich derartig viele Bilder und Geräusche, dass ich nicht weiß, wohin ich zuerst schauen soll.

Vielleicht fällt mir deshalb sofort ein winziger Stand mit sparsamer Ausstattung und wenig Werbematerial auf. Ich wundere mich, trete näher und sehe nur ein einziges Magazin, das hier beworben wird. Es nennt sich „CATO – Magazin für neue Sachlichkeit“. Der Herausgeber ist die „CATO-Verlags-GmbH“.

Ein älterer Herr, der etwas desinteressiert wirkt, sitzt hinter dem Tresen und beschäftigt sich mit seinem Smartphone. Ich frage mich, wie man von der Herausgabe eines einzigen Magazins, das nur alle zwei Monate erscheint, wirtschaftlich existieren kann. Wer oder was kann dahinterstecken?

Eine ganzseitige Anzeige des CATO-Magazins, die ich später im „Visitor Guide“ entdecke und die sicher sehr teuer war, bestärkt mich in der Annahme, dass eine finanziell potente Gruppe hinter diesem Magazin stehen muss. Ich finde es „irgendwie verdächtig“, dass diese Gruppe sich nicht offen zu erkennen gibt.

Als ich am späten Nachmittag des zweiten Tages durch diesen Ausstellungsbereich schlendern will, findet hier eine Feier statt. Alle Stände im Umkreis scheinen daran beteiligt zu sein. Damen tragen Tabletts durch die Gänge und zwischen den Ständen umher. Sie bieten allen Anwesenden Getränke und Häppchen aller Art an. Man steht in Grüppchen plaudernd beieinander, die Stimmung ist ausgesprochen locker. Welcher Anlass hier wohl gefeiert wird?

In einem Gespräch, das ich am Freitag führe, erfahre ich des Rätsels Lösung. Eine Dame, die als Lektorin bei einem großen deutschen Verlag angestellt ist, verrät mir, dass rund um die unabhängigen Verlage diese Messeabschlussfeier jedes Jahr am Donnerstag stattfindet, da im Laufe des Freitags schon sehr viele FachbesucherInnen wieder abreisen. Während ich mit ihr spreche, versucht sie, ihr Namensschildchen zu verdecken, vermutlich damit ich sie und ihren Verlag nicht namentlich in meinem Bericht nenne. Sie hält die LektorInnen für die wichtigsten Leute bei einem Verlag, da diese die Auswahl treffen. Sie ist zuständig für den großen Bereich der Sachbücher, sowohl in deutscher als auch in englischer Sprache. Sie treffe hier auf der FBM eine Vorauswahl, erklärt sie, aber die tatsächlichen Geschäfte würden erst im Anschluss an die Messe abgeschlossen. Dann entschuldigt sie sich, sie sei sehr in Eile. Sie sei nur zwei Tage hier und habe eine Menge Gesprächstermine mit AutorInnen und ÜbersetzerInnen. Ich erfahre noch, dass die Gesprächstermine mit ihr bereits im Mai oder spätestens Juni vergeben würden. Zum Abschluss frage ich sie noch, worin sie den Zweck der Messe sieht. Sie antwortet mit einem Augenzwinkern: *„Sehen und gesehen werden!“* Dann eilt sie von dannen.

Vorbei an der 3sat-Bühne, geht es durch die große Abteilung „Kunstbuch“ in Richtung ARTS+.

Ein kleiner Zwischenstopp bei „Hendrick‘s Gin“ lohnt sich! Schauen Sie sich diese stilvolle und detailverliebte Nachbildung einer schottischen Whiskybar an. Sie ist wunderschön! Der „Schotte“, den ich vor kurzem am Eingang der Halle 4 gesehen habe, gehört sicher hierher. Nehmen Sie einen kleinen Drink, wenn Sie möchten!

Die ARTS+, das „creative business festival", wirbt auf einer ganzseitigen Anzeige im „Visitor Guide" mit der Aussage „Be bold. You create content". In diesem Bereich befindet sich das Herz unseres imaginären Labors. Hier werden technische und virtuelle Neuentwicklungen vorgestellt.

Seien Sie mutig, wie der Slogan sagt, und treten Sie ein!

Fasziniert von den Eindrücken wandere ich durch die Gänge und komme an einem großen Monitor vorbei, der in Augenhöhe an einer weißen Wand hängt. Ich lese ein kleines Schild darüber mit der Aufschrift „Come closer and be art". Ich soll näherkommen und Kunst sein? Wie denn das bitte? Ich trete also näher und entdecke tatsächlich mich selbst in einer kunstvollen graphischen und sehr farbigen Version auf diesem Monitor. Ich werde aufgezeichnet. Die kleine Kamera entdeckt man erst beim zweiten Hinsehen. Das Farbenspiel und die Art der Graphik verändern sich in regelmäßigen Abständen. Einmal sehe ich ähnlich wie ein Puzzle aus und gleich im Anschluss wie eine flotte Buntstiftzeichnung.

An einer Wand aufgereiht stehen „Fahrzeuge" auf einer Art Laufband, wie von einem Kinderkarussell entliehen. Ein Motorrad lädt zu einer virtuellen Fahrt durch eine Landschaft ein. Dazu muss man lediglich so etwas wie eine Brille aufsetzen. Jedes Mal, wenn ich an den Fachbesuchertagen hier vorbeikomme, ist kein einziges dieser Gefährte besetzt. Die FachbesucherInnen haben wohl keine Zeit für Vergnügungen dieser Art. Am Publikumstag stehen die BesucherInnen hier Schlange.

Google bietet eine neue Dienstleistung an: virtuelle Besichtigungen von Museen, Gebäuden, Sehenswürdigkeiten aller Art. An einem großen Monitor kann man es selbst ausprobieren. Als Beispiel können Sie sich im US-Bundesstaat Texas umschauen. Ich beobachte einen Vater mit seinem Sohn, wie sie auf Entdeckungstour durch Texas gehen. Es scheint ihnen Spaß zu machen. Für alte und behinderte Menschen oder solche, die sich Reisen nicht leisten können oder wollen, stellt dies sicher eine große Bereicherung ihres Lebens dar.

Auf der ARTS+-Bühne wird gerade eine neue Erfindung vorgestellt. Der „Audio-Devil", wie das einem Mikrofon ähnelnde Gerät benannt wurde, wird an den Kehlkopf oder an den Hals gedrückt. Die Töne, die man z. B. durch Brummen oder Singen erzeugt, werden verfremdet. So kann man nach Belieben wie eine Gitarre, wie ein Schlagzeug oder wie ein röhrender Rockstar klingen. Die eigene Stimme wird zum variablen Musikinstrument.

Noch vieles mehr ist hier zu sehen und zu hören, doch wir wollen unseren Rundgang nun fortsetzen. Bitte folgen Sie mir! Hier rechts sehen Sie die Antiquariatsmesse mit eigenem Eingang und einige Stände, die handgefertigte Buchstützen, wunderschöne Notizbücher oder Kunstkalender anbieten.

Dort vorne sehen Sie den Stand des Gutenberg-Museums. Sie können hier auf einer sehr alten Druckerpresse eine Buchseite drucken, wenn Sie möchten. Der freundliche ältere Herr, der die Druckerpresse erklärt und Ihnen beim Drucken behilflich ist, verliert nie die Geduld. Er ist in seinem standesgemäßen Kostüm jeden Tag gleichermaßen fröhlich und hilfsbereit. Am Publikumstag hat er meine volle Bewunderung für seine Ausdauer und seine Langmut.

Wir verlassen nun die Halle 4.1.

Sind Sie vielleicht schon etwas erschöpft?

Ich schlage vor, dass wir nicht – wie die meisten anderen – die verglaste Brücke benutzen, um in die Halle 3 zu gelangen, sondern den Weg über die Agora wählen. Ein wenig frische Luft wird uns guttun.

Halle 3

Zum Glück habe ich einen Nebeneingang zur Halle 3 entdeckt. So müssen wir uns nicht in den Menschenstrom einreihen, der durch den Haupteingang fließt.

Ganz rechts und ganz links an den Außenecken der Halle 3 befinden sich Nebeneingänge, die weniger stark frequentiert sind. Man betritt zunächst ein Restaurant oder Café und befindet sich im Erdgeschoss der Halle 3. Geht man geradeaus weiter, gelangt man zu den Rolltreppen, die ins Obergeschoss führen.

In der Nähe einer dieser Rolltreppen bemerke ich am Publikumstag einen kleinen Stand der FBM. Dort kann man für 25 € ein komplettes Ausstellerverzeichnis kaufen. Ich stecke aber inmitten eines Menschenstroms und bräuchte viel Zeit, um an diesen Ort zurückzukehren. Die Wege sind natürlich am Publikumstag die gleichen wie an den Tagen zuvor. Aber die Zeitdauer, um eine Wegstrecke zu bewältigen, ist wesentlich länger.

Die ganze Halle 3 möchte ich in unserem imaginären Vergleich als das Wohnzimmer des Gastgebers bezeichnen. Hier sind vor allem die deutschen Verlage zuhause, mit Ausnahme der „Unabhängigen Verlage“, die wir ja schon besucht haben.

An dieser Stelle Einzelheiten zu berichten, würde ein Buch füllen.

Dennoch möchte ich Sie kurz zum Stand des „Börsenvereins des deutschen Buchhandels“ führen, von dem ich ja schon erzählte. Hier gibt es ein kleines Heftchen, das einen Einblick in die „Buchhändlerische Verkehrsordnung“ gewährt. Auf der Rückseite dieses Heftchens wird mir erklärt: *„Festgehalten sind die Gepflogenheiten und üblichen Konditionen unserer Branche seit 1888 in der sogenannten Verkehrsordnung.“* Sie regelt den Geschäftsverkehr zwischen Verlagen, ZwischenhändlerInnen und BuchhändlerInnen, wenn ich es vereinfacht ausdrücken darf. Diese Verkehrsordnung beinhaltet zwanzig Paragraphen, die zwar keinen Gesetzestext darstellen, aber von den Gerichten dennoch als Grundlage für Entscheidungen herangezogen werden.

Sehr verwundert bin ich über den großen Andrang bei Informationsveranstaltungen aller Art in der sogenannten „Self-Publishing-Area“. Es wird an unterschiedlichsten Ständen erklärt, wie man schreiben soll, wie man Bücher am besten als E-Books ins Internet einstellt und vermarktet, ja sogar welche Schriftgrößen und -arten man wählen soll oder wie man eine Gliederung erstellt. Alle Plätze, auch die Stehplätze, sind bei allen Veranstaltungen, die ich besuche oder streife, immer besetzt.

Viele Menschen, mehr als ich erwartet habe, scheinen den Wunsch zu haben, sich schriftstellerisch zu betätigen oder sogar davon zu leben.

Am Publikumstag sind alle Gänge in Halle 3.0 restlos überfüllt. Ich beschließe, zu flüchten. Doch auch die Agora ist kein Rückzugsort mehr. In die Hallen 5 und 6 mag ich nicht gehen,

da ich meinen Englischkenntnissen nicht mehr vertraue. So bleiben mir aus eigener Unsicherheit die Türen zu den internationalen AusstellerInnen verschlossen, obwohl sie ja genau genommen weit offenstehen.

Wo könnte es eine Bucht abseits des Menschenstroms geben?

Ich schaue auf meinen kleinen Hallenplan und mein Blick fällt auf den Ausstellungsbereich „Religion". Schnurstracks und so schnell es bei dem Gedränge überhaupt möglich ist, begebe ich mich in den ersten Stock der Halle 3. Tatsächlich kann man hier aufatmen. So gut wie niemand ist in den Gängen unterwegs. Einige Stände sind schon verlassen, nur das Mobiliar zeugt noch davon, dass hier jemand ausgestellt hat.

Ich biege um eine Ecke und sehe in einiger Entfernung vor mir eine größere Menschenansammlung. Neugierig trete ich näher und bemerke, dass ich mich am Stand der deutschen Bibelgesellschaft befinde. Wer kann hier zu Gast sein, der so einen Publikumsandrang auslöst? Ich bemühe mich, über die Köpfe der vor mir stehenden Menschen hinwegzuschauen und erkenne ihn, den Gast.

Und nun raten Sie mal, wen ich dort sehe! Wenn ich es Ihnen verrate, werden Sie sicher genauso überrascht sein wie ich.

Es ist Harald Glööckler, der deutsche Modemacher. Live sieht er etwas weniger künstlich aus als in den Hochglanzmagazinen der Society- und Modewelt. Was tut er hier?

Ich lausche eine Weile. Das Gespräch dreht sich um die Bibel und die Kirche im Allgemeinen. Harald Glööckler spricht über die Angst der Menschen vor der Bestrafung durch die Kirche und davon, dass er Angst in seinem Leben durchaus kennt und selbst erlebt hat.

Ich recherchiere später und erfahre, dass Harald Glööckler im Auftrag der Deutschen Bibelgesellschaft einen Schmuckschuber für eine Bibel entworfen hat.

Man muss Ideen haben, um Menschen wieder zur Bibel hinzuführen. Finden Sie nicht auch?

Nun möchte ich Ihnen noch die Agora von oben zeigen. Von der Halle 3.1 aus, in der wir uns gerade befinden, kann man einen großen Balkon betreten, der sich über die ganze Breite der Halle erstreckt.

Wir schweben in luftiger Höhe über dem Platz. Schauen Sie, wie unglaublich viele Menschen heute am Publikumstag hier unterwegs sind. Da drüben sehen Sie die Halle F. Auch dort bin ich gewesen und habe einige Auftritte auf der ARD-Bühne verfolgt. Die Hallen 5 und 6, also die ausländischen Gäste, habe ich nur flüchtig besucht.

Glauben Sie mir, vier Tage Frankfurter Buchmesse sind eine knapp bemessene Zeit.

Beim nächsten Mal, wenn es ein nächstes Mal geben sollte, werde ich Ihnen von den Ereignissen und Begebenheiten jener Schauplätze berichten, die ich hier leider auslassen musste. Versprochen!

Zum Abschluss möchte ich Ihnen noch etwas Schönes und Nettes zeigen, das vielleicht wirklich gar keinen anderen Sinn hat, als einfach nur schön und nett zu sein.

Richten Sie Ihren Blick nach oben zum Himmel. Sehen Sie dort oben kleine weiße „Wölkchen“ schweben?

Lassen Sie uns hinunter auf die Agora gehen. Ich möchte Ihnen zeigen und erklären, was es mit diesen „Wölkchen“ auf sich hat.

Zurück auf der Agora

Für mich war es in den ersten Tagen ein Rätsel. Doch dann machte ich mich auf die Suche nach dem Ursprung der „Wölkchen“. Ich fand ihn in einem versteckten Winkel vor der Halle 3.

Stellen Sie sich ein großes Regenfass vor. So etwas steht dort. Und es produziert Schaum. Der Schaum wird durch ein herzförmiges Sieb im Deckel des Fasses gepresst. Wenn die Schaumschicht einige Zentimeter dick geworden ist, schneidet eine Art Messer das Schaumherz vom Sieb ab und es steigt nach oben wie ein Ballon. Es wird entweder durch ein Gebläse schnell nach oben getrieben oder die Schaumbläschen sind mit Gas gefüllt.

Die kleinen „Wölkchen“ sind Schaumherzen.

Sie schweben über dem Messegelände, steigen weit nach oben, werden vom leichtesten Windhauch zum Tanzen gebracht, und dann, nach und nach, lösen sie sich in Luft auf.

Was könnten sie uns sagen?

Über dem ganzen großen, hektischen Treiben auf der Messe soll immer ein Herz schweben? Ein Herz, das für die Freundlichkeit der Menschen untereinander stehen soll und vielleicht auch für die gemeinschaftliche Liebe zu Büchern?

Vielleicht soll dies der Gruß und Hinweis der Messe an die AusstellerInnen und BesucherInnen sein: Seid nett zueinander!

Mit diesen Worten und in diesem Sinne möchte ich mich von Ihnen verabschieden!

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit.

Ich hoffe, ich konnte Ihnen einen kleinen Eindruck von der Messe vermitteln.

Bis zum nächsten Mal und alles Gute für Sie!

Anna Durstberger

Die politische Dimension der Frankfurter Buchmesse

Mit großer Freude und Neugier mache ich mich an die Vorbereitungen für meinen Besuch der FBM. Eine hervorragende Unterstützung bietet die App der FBM, auf welcher das detaillierte Programm zu finden ist. Ich bin beeindruckt von dem großen Angebot an hochkarätigen Veranstaltungen und es fällt mir sehr schwer, Prioritäten zu setzen und vorläufige Tagespläne für meine Forschungsreise zu erarbeiten. Besonderes Interesse wecken die Veranstaltungen auf der Bühne des „Weltempfanges“, des Zentrums für Politik, Literatur und Übersetzung, welche unter dem Motto „Krise, Ordnung, Gestaltung“ stehen. Nachdem die Programmpunkte festgelegt sind, stelle ich fest, dass sich die Themen „Politik“, „Gesellschaft“ und „Soziales“ wie ein roter Faden durch die Auflistung ziehen. Die Eingrenzung meines Beobachtungsobjektes auf die politische Dimension erfolgt nach einem Schlüsselerlebnis bei der am ersten Tag stattfindenden Diskussion auf der Bühne des „Weltempfanges“ mit dem Thema „Der rechte Umgang – Umgang mit Rechts”.

1. Bühne des Weltempfanges

Bei einem Interview mit Herrn Joscha Kristof Hekele, Mitarbeiter von „Weltempfang“, erfahre ich folgende Informationen über die Organisation: „Weltempfang“ ist eine Initiative der FBM, des Deutschen Auswärtigen Amts und verschiedener KooperationspartnerInnen (Institut für Auslandsbeziehungen, Deutsche Presseagentur, Goetheinstitut, Verband der Übersetzer, Institut Cervantes und Institut Francais). Alle am Weltempfang beteiligten PartnerInnen erstellen gemeinsam das Rahmenprogramm für die FBM, kuratiert wird es von der FBM. Es wird besonders darauf geachtet, dass die Themen einen Bezug zur Aktualität haben (z. B. im Vorjahr Schwerpunkt ‚Europa‘ auf Grund des im Raum stehenden Brexits). Das Programm steht Anfang September fest und wird danach nur noch in Ausnahmefällen ergänzt und erweitert. Im Jahr 2017 wurden, bedingt durch die kontroversiellen Diskussionen im Vorfeld der FBM über die Anwesenheit von rechten Verlagen, kurzfristig Veranstaltungen wie z. B. die Diskussion „Der rechte Umgang – Umgang mit Rechts“ angesetzt. Das Auswärtige Amt ist sehr aktiv an der Programmgestaltung durch das Einbringen von Themen beteiligt, die Letztentscheidung wird aber immer von allen Mitgliedern des Gremiums gemeinsam getroffen. Herr Hekele berichtet, dass das Ziel der Bühne des „Weltempfanges“ die Förderung des Dialoges auf Basis eines gesellschaftspolitischen Auftrages sei, und bekräftigt dies mit folgendem Ausspruch: „FBM ist eine politische Messe.“

Tobias Voss von der FBM und Projektleiter von „Weltempfang“ formuliert das Ziel und den Auftrag von „Weltempfang“ im Vorwort des Programmheftes wie folgt:

„Krisen zeigen meist auf ihre eigene Weise Defizite von mehr oder weniger überkommenen Strukturen, zumindest aber in Teilbereichen dysfunktional gewordenen Ordnungsschemata auf. Die politischen Krisen haben derzeit Hochkonjunktur: Die Welt ist mehr denn je ein Ort der Unsicherheit, der Unberechenbarkeit mit vielen Unruhen, Konflikten und Krieg geworden. Politische funktionale Handlungsfähigkeit unter Beweis zu stellen, ist die große Herausforderung unserer Zeit. Dabei kommt dem Dialog zwischen Konfliktpartnern eine zentrale Bedeutung zu. Erlischt der Dialog und verstummt die Kommunikation, so verstärkt sich innenpolitisch die Polarisierung verschiedener Interessensgruppen und im transnationalen Bereich werden kriegerische Auseinandersetzungen wahrscheinlicher. Auch im Weltempfang setzen wir auf das dialogische Prinzip. In über 40 Veranstaltungen beleuchten wir diskursiv Konfliktfelder der Gegenwart. Europäische Verständigung steht ebenso zur Diskussion wie die Lage in Teilen von Afrika, des Maghreb und des Balkans sowie die (kultur)politischen Entwicklungen in Indonesien, auf den Philippinen und in der arabischen Welt.“[14]

1.1. „Der rechte Umgang – Umgang mit Rechts”

Diskussion auf der Bühne des Weltempfanges

An meinem ersten Messetag besuche ich die auf der **Bühne des Weltempfangs** stattfindende **Diskussion „Der rechte Umgang – Umgang mit Rechts“**. Von Holger Heimann (Journalist „Börsenblatt“) moderiert, diskutieren **Maria Källson (**GF der Göteborger Buchmesse), **Thomas Wörtche** (Literaturkritiker und Publizist), **Danijel Majic** (Journalist „Frankfurter Rundschau“), **Timo Reinfrank** (Geschäftsführer der „Amadeus Antonio Stiftung“, welche mit ihren Aktivitäten, Projekten und Aktionen die demokratische Zivilgesellschaft stärken will und sich konsequent gegen Rechtsextremismus, Rassismus und Antisemitismus wendet) und **Tobias Voss** (Projektleiter „Weltempfang“).

Die Veranstaltung findet in der Halle 3.1 statt. Das Podium ist erhöht, es stehen ca. 70 Sitzplätze zur Verfügung. Die langen Reihen sind durch einen Mittelgang unterbrochen. Aus meiner Sichtweise ist das Publikum sehr „gemischt“, sowohl das Alter als auch das Geschlecht betreffend. Zehn Minuten vor Beginn erscheinen mir die Reihen noch locker besetzt – sehr rasch füllen sich die Plätze und immer mehr Interessierte müssen sich mit Stehplätzen begnügen.

Anlass für diese Diskussion ist die im Vorfeld der FBM von Verlagen und Medien geäußerte Kritik gegen die Präsenz der rechten Verlage *Antaios* und *Europa Terra Nostra*. Sehr rasch entsteht eine überaus lebhafte Diskussion:

Timo Reinfrank steigt mit der provokanten Aussage *„Was nicht verboten ist, ist erlaubt. Freiheit der Rede ist höchstes Gut – in diesem Zusammenhang gibt es keine moralischen, ästhetischen und politischen Kategorien“* in die Diskussion ein und berichtet über den Kontakt und die Abstimmung mit der Oberstaatsanwaltschaft und über das Dilemma, dass die FBM Monopolstellung besitze.

[14] Vorwort zum Programmheft „KRISE, ORDNUNG, GESTALTUNG.“ des Weltempfangs – Zentrum für Politik, Literatur und Übersetzung bei der Frankfurter Buchmesse 2017.

Auf die Feststellung von Danijel Majic, dass *Antaios* einen Empfang für die Identitärenbewegung und Auftritte von rechtsextremen PolitikerInnen plane, entgegnet Timo Reinfrank, dass dies ausdrücklich ausgeschlossen ist, sich jedoch die Grenzziehung, welche Themen und Titel verboten werden, sehr schwierig gestaltet.

Eine lebendige Diskussion über die Strategie des Umgangs mit den rechten Verlagen entsteht. Timo Reinfrank ist der Meinung, dass durch den „mickrigen Auftritt" dieser Verlage deren Unbedeutendheit sichtbar und dadurch auch klar werde, dass diese auf der FBM nichts zu suchen haben.

Danijel Majic kann dieser Argumentation nicht folgen und gibt zu bedenken, dass – allein durch die Tatsache, dass diese Verlage auftreten – sich diese in der Mitte der Gesellschaft befänden und wir es uns daher unter dem Aspekt der Normalisierung nicht leisten könnten, ihnen diesen Platz zu geben.

Auf die Frage des Umganges mit den Rechten erklärt Timo Reinfrank: *„Diskussion auf Augenhöhe mit den neuen Rechten funktioniert nicht. Initiativen gegen Rechts werden beschimpft und verleumdet. Die Rechten haben kein Interesse an einer ernsthaften Auseinandersetzung."* Das Publikum klatscht an dieser Stelle Beifall.

Die Feststellung von Danijel Majic, dass die Neue Rechte bereits im Kulturbetrieb gelandet sei, unterstreicht Timo Reinfrank mit der Information, dass in Regionalregierungen als Kulturbeauftragte tätige AFD-PolitikerInnen (Alternative für Deutschland) forderten, dass in Schulen und Kindergärten ausschließlich Bücher von deutschen AutorInnen verwendet werden sollen.

Maria Källson berichtet über große Proteste gegen den Auftritt einer rechten Zeitschrift bei der Göteborger Buchmesse. Verlage hätten Anmeldungen zurückgezogen und es sei zu heftigen Protestkundgebungen gekommen. Maria Källson meint: „Der einzige Gewinner ist die Rechte."

Holger Heimann unterstreicht die Bedeutung der Aktivitäten von Weltempfang, welcher es sich zur Aufgabe gemacht hat, antiidentitäres Programm anzubieten, und wirft folgende Fragen in die Runde: *„Wie kann kreativ mit den rechten Ausstellern umgegangen werden?"* und *„Machen Diskussionen und Veranstaltungen Sinn?"* Die Diskussion wird jäh und für alle sehr überraschend und unvorhergesehen unterbrochen, da drei Kinder des Leiters des Verlages *Antaios*, Götz Kubitschek, über den Mittelgang zum Podium stürmen, fragen, warum sie nicht eingeladen seien, und beginnen, Flugblätter zu verteilen. Die drei Personen – ein ca. 25 Jahre alter Mann, eine ca. zwanzig Jahre alte Frau und ein Jugendlicher von ca. zwölf Jahren – sind in Tracht gekleidet, die junge Frau trägt einen Zopf, der Jugendliche und der junge Mann haben ihr blondes Haar über den Haaransatz hinaus rasiert, das längere Haupthaar ist gescheitelt. Die Situation ist sehr angespannt, niemand nimmt die Flugblätter an. Nonverbal spüre ich eine Solidarisierung mit den VeranstalterInnen und den DiskutantInnen. In dem kurzen Dialog zwischen dem Moderator und dem jungen Mann (immer wieder unterbrochen von Zwischenrufen der jungen Frau und des Jugendlichen) weist der Moderator auf einen Ausspruch eines führenden Vertreters der Rechtsextremen hin. Dieser lautet: *„Worte werden euch nicht überzeugen, sondern nur ein Schlag ins Gesicht."* Er stellt weiters fest, dass auch sie zu ihrer Veranstaltung „Der Umgang mit Links" keine VertreterInnen der Linken eingeladen hätten. Aus diesen Gründen sei niemand

bereit, mit ihnen in einen Dialog – gleichbedeutend mit Streit – zu treten. Nach einigen Minuten ist die Störaktion beendet und die drei Personen verlassen ruhig den Saal. In meiner Wahrnehmung hat das besonnene Verhalten des Moderators und der DiskutantInnen Eskalationen und Ausschreitungen verhindert und die Aktion rasch zu einem Ende geführt. Noch unter dem Eindruck des Auftrittes der Rechten fordert Danijel Majic auf, dass wir mehr darüber schreiben müssten, was die Rechten wollen, und nicht über deren Inszenierungen und Auftritte.

1.2. Presseaussendung der FBM und des Börsenvereines zu den Vorfällen

Messedirektor Juergen Boss:

> „Auf der Frankfurter Buchmesse kommen an fünf Tagen mehr als 280.000 Besucherinnen und Besucher aus über 150 Ländern zusammen. Sie ist ein Ort, der von einer enormen Vielfalt an Meinungen lebt. Wir lehnen die politische Haltung und verlegerischen Aktivitäten der Neuen Rechten entschieden ab. Dennoch sind wir als Veranstalter der größten internationalen Messe für Bücher und Medien dem Grundrecht auf freie Meinungsäußerung verpflichtet. Konflikte bleiben hier nicht aus. In diesem Jahr wurden wir Zeugen von Handgreiflichkeiten, die von der Polizei aufgelöst wurden. Gewalt als Mittel der Auseinandersetzung verurteilen wir aufs Schärfste.“ [15]

Heinrich Riethmüller, Vorsteher des Börsenvereins des Deutschen Buchhandels:

> „Unsere Gesellschaft steht vor großen Fragen und Herausforderungen – das war auch auf der diesjährigen Buchmesse spürbar. Gerade jetzt sind Verlage und Buchhandlungen gefragt, um Debatten anzuregen, den Dialog und politische Auseinandersetzung zu fördern. In den vergangenen Tagen hat sich die Buchbranche lebendig und vielfältig gezeigt und einen starken Appell für Meinungsfreiheit und Pluralismus, für eine offene und tolerante Gesellschaft in die Welt gesendet“.[16]

Die Inszenierung der Störaktion empfinde ich persönlich sehr bedrohlich und belastend, aber auch motivierend, mich an den nächsten Tagen weiterhin mit den Themen „Politische Dimension der FBM“ und insbesondere „Umgang mit Rechts“ zu beschäftigen. Meine Betroffenheit soll sich nicht in Lähmung und Frustration verwandeln! Ich will Erklärungsmodelle, Hypothesen, Strategien kennenlernen, um konstruktiv mit diesem Thema umgehen und mich am gesellschaftspolitischen Diskurs beteiligen zu können.

2. Die unabhängigen Verlage

2.1. Die Stände der unabhängigen Verlage

Einen wesentlichen Beitrag zur freien Meinungsäußerung, an der Gestaltung von gesellschaftlichen Meinungsbildungsprozessen und an der Förderung des gesellschaftspolitischen Dialoges leisten die VertreterInnen der unabhängigen Verlage. Unterstützt werden diese Verlage durch die Kurt-Wolff-Stiftung. Diese wurde 2000 mit

[15] Pressemitteilung der Frankfurter Buchmesse vom 15. Oktober 2017, https://www.buchmesse.de/fbmsite/de/fbm/presse/pressemitteilungen/03276/.

[16] Ebenda.

dem Ziel der Förderung einer vielfältigen Verlags- und Literaturszene von unabhängigen VerlegerInnen und dem damaligen Kulturstaatsminister Dr. Michael Naumann gegründet. Verlegerin Britta Jürgs (Aviva-Verlag) ist die aktuelle ehrenamtliche Geschäftsführerin der Stiftung und berichtet in einem persönlichen Interview, dass es bei der Arbeit der Stiftung um das Sichtbarmachen der Arbeit der unabhängigen Verlage, z. B. durch die Vergabe von jährlichen Förderpreisen, geht. Sie sieht die Arbeit der Stiftung auch als Arbeit gegen Rechts.[17]

Bei der im Rahmen der FBM organisierten Tour „Klein aber fein“ habe ich die Möglichkeit, unabhängige Verlage kennenzulernen. Im Rahmen von persönlichen Besuchen nehme ich mit einigen Verlagen neuerlich Kontakt auf, um bei einem Gespräch die Themenfelder ‚politische Positionierungen', ‚Ziele' und ‚Auftrag' zu vertiefen.

Aviva-Verlag: Die Verlegerin Britta Jürgs sieht in ihrem Tun einen klaren politischen Auftrag: Ihre Aufgabe bestehe darin, den LeserInnen Anstöße zum Nachdenken zu geben. Mit Mitteln der Literatur sollten gesellschaftliche Visionen entstehen. Im *Aviva*-Verlag stünden die Frauen und deren Themen im Vordergrund; es würden aber auch Bücher männlicher Autoren verlegt. Britta Jürgs wehrt sich gegen die Kategorisierung *„feministische Bücher"* – es gehe ausschließlich um wichtige Themen des Lebens, welche sie nicht in die feministische Ecke gedrängt und dadurch abgewertet sehen wolle. Sie ist aber auch der Meinung, dass es unbedingt Frauenverlage geben müsse. Leider sei auch hier wieder das Etikett „Frauenverlag" oft negativ konnotiert. Eine weitere wichtige Gruppe seien jüdische Autorinnen – diese Werke seien *„indirekt politisch"* und sollten das Erinnern aufrechterhalten, da die Nachwirkungen dieser Zeit noch immer präsent seien. Die Frage, warum sie auf der FBM vertreten ist, beantwortet sie damit, dass es keine wirtschaftlichen Gründe gebe. Die Präsenz sei wichtig, um Aufmerksamkeit zu erhalten, die Bandbreite des Schaffens zu zeigen, mit BuchhändlerInnen, AutorInnen, JournalistInnen ins Gespräch zu kommen. Die Aussage *„Vernetzung ist sehr wichtig"* drückt dies wohl sehr deutlich aus.

Trikont-Verlag: Eva Mair-Holmes und Achim Bergmann stellen ihren Verlag, welcher heuer das 50-jährige Jubiläum feiert, vor. Er entstand als linker Buchverlag und entwickelte sich immer mehr zu einem Musikverlag. Produziert werden musikalische Dokumentationen und Musik aus verschiedenen Richtungen (wie z. B. deutschsprachige und äthiopische Musik). Herr Bergmann versucht auf diese Weise *„den Angriff moderner Techniken"* in den Griff zu bekommen.

BeBra (Berlin Brandenburg) Verlag: Der Verleger Ulrich Hopp berichtet, dass der vor 28 Jahren gegründete Verlag den exklusiven Schwerpunkt ‚Geschichte' habe. Ein sehr erfolgreiches Genre, die sogenannten „Preußenkrimis", sei entwickelt worden, hinzu seien „Berlinkrimis" gekommen. Ein wichtiger Bestandteil des Programms seien nach wie vor Sachbücher über regionale und deutsche Geschichte und Zeitgeschichte.

Kultur Books: Die Verlegerin Zoe Beck stellt den Verlag Kultur Books, welcher zu Beginn ausschließlich E-Books herstellte, vor. Eines Tages hätten sie die Empfehlung für eine tolle indonesische Autorin erhalten. – Da diese aber nur unter der Bedingung, dass das Werk auch in Buchformat verlegt wird, zur Zusammenarbeit bereit gewesen sei, sei es zum Print

[17] http://www.aviva-berlin.de/aviva/content_Interviews.php?id=1419816

gekommen. *„Wir haben Interesse an Titeln, die einen internationalen Background und einen globalen Blick auf die Welt haben“,* meint Zoe Beck.

Pendragon-Verlag: Dieser wurde 1981 von Günther Butkus gegründet und hat sich dem Genre „deutschsprachige Literatur und Krimis aus Amerika“ verschrieben. Der Verleger Günter Butkus (GB) berichtet, dass der Verlag keine Fördermittel oder fremde Geldmittel erhalte, dies ermögliche Unabhängigkeit und Vielfalt. Es bestehe eine enge Kooperation mit kleinen Buchhandlungen – er präsentiere dort persönlich seine Bücher und versuche dabei die Wertigkeit von Büchern zu vermitteln. Günter Butkus vertritt die Einstellung, dass sich unabhängige Verlage noch viel Zeit nehmen und viel Geld für Lektorat und Layout investieren. Diese persönliche Note schaffe Wiedererkennungswert. In der Community der unabhängigen Verlage kenne und schätze man sich. Eines der wichtigsten Ziele der unabhängigen Verlage sei, gute AutorInnen zu fördern und dabei auch Risiko einzugehen. Man wolle mit Büchern etwas bewegen und sehe einen kulturellen Auftrag. Mit großer Begeisterung erklärt Günter Butkus: *„Ich muss das Buch lieben, welches ich verlege.”* Er ist der Meinung, dass AutorInnen die unabhängigen Verlage sehr schätzen, da sie bei diesen mehr Wertschätzung und Betreuung erhalten. Die Hauptgründe für die Präsenz auf der FBM sind für Herrn Butkus, gesehen zu werden, Kontakte zu beleben und zu halten sowie neue Kontakte zu knüpfen.

Starfruit-Verlag: Der Verleger des *Starfruit-Verlages,* Manfred Rothenberger, ist ein absoluter Idealist Das Betreiben seines Verlages ist seine Leidenschaft und sein Hobby. Er verbindet Gegenwartskunst und Literatur und will so *„Lyriker aus der Schmuseecke bringen“*.

Verbrecher-Verlag: Der *Verbrecher Verlag* wurde 1995 von zwei Freunden – Werner Labisch und Jörg Sundermeier – gegründet. Der Schwerpunkt liegt auf Belletristik. Zudem veröffentlicht der Verlag auch Sach- und Kunstbücher sowie eine Stadtbuch- und Filmliteraturreihe. Jörg Sundermeier sagt dazu: *„Nicht nur Sachbücher, auch Literatur sind zeitlose Macht.“*

Zu-Klampen-Verlag: Der Schwerpunkt des Verlages liegt auf Politik und Philosophie. So hat z. B. der Verleger Dietrich Klampen hartnäckig und sehr lange auf Christoph Wackernagel eingewirkt, bis dieser bereit war, ein Buch darüber zu schreiben, warum er sich dem bewaffneten Widerstand angeschlossen hat (Buchtitel: „RAF oder Hollywood, Tagebuch einer gescheiterten Utopie“). Frau Bornemann, Mitarbeiterin des Verlages, sieht den Unterschied zwischen den Konzernverlagen und den unabhängigen Verlagen darin, dass Letztere die Bücher nicht deshalb verlegen, um Millionäre zu werden, sondern um einen politischen Auftrag zu erfüllen. Die Anwesenheit auf der FBM ermögliche Kommunikation und Vernetzung mit allen relevanten PartnerInnen.

2.2. Leseinsel der unabhängigen Verlage

Die Leseinsel der unabhängigen Verlage bietet den SchriftstellerInnen, VerlegerInnen und Verlagen eine Bühne und die Möglichkeit, im direkten Kontakt mit den BesucherInnen neue Bücher zu präsentieren. Täglich finden im Stundentakt Lesungen statt. Die Leseinsel befindet sich in Halle 4.1 auf der dem Eingang gegenüberliegenden Seite, von zwei Gängen begrenzt, ohne direktes Tageslicht und in unmittelbarer Nähe zu den Ständen des *Verbrecher-Verlages* und des *Starfruit-Verlages*. Sie bietet ca. 40 Sitzplätze. Zwei dunkle

Stellwände, in deren Ecke ein Schreibtisch mit zwei Sesseln die „Bühne“ bilden, grenzen den Bereich der Leseinsel von den benachbarten Ständen ab. Im Laufe meiner Anwesenheit auf der FBM besuche ich Veranstaltungen auf verschiedenen Bühnen (wie z. B. ARD-Bühne, Arte-Bühne, Spiegel-Bühne) und kann einen deutlichen Unterschied zur Leseinsel feststellen. Im Gegensatz zu den anderen Bühnen ist die Ausstattung weniger professionell, düster und nicht sehr einladend. Ein Gesamtkonzept ist nicht erkennbar – und vor allem ist der Standort nicht so prominent wie der anderer Bühnen. Ich ziehe den Schluss, dass den OrganisatorInnen der Leseinsel weit weniger Geld zur Verfügung steht als den BetreiberInnen anderer Bühnen.

Insgesamt besuche ich drei Veranstaltungen auf der Leseinsel: die **Lesungen von Enno Stahl** – Autor des Buches Spätkirmes (Klappentext: „Der Roman handelt von den (eingebildeten) Leiden des Mittelstandes und dem verschleierten Widerspruch von Heimat und Sicherheit“) – und von **Lutz Büge** – Autor des Buches Skylla. Beide Veranstaltungen sind mit etwa drei bis sieben Personen sehr spärlich besucht. Einige BesucherInnen verweilen kurz und es hat den Anschein, als ob sie sich nur ausruhen wollten. Ich persönlich bedaure das geringe Interesse sehr. Die Themen und Inhalte hätten meiner Meinung nach viel mehr Öffentlichkeit verdient.

Bei der **Lesung von Christoph Wackernagel**, Autor des Buches „RAF oder Hollywood“ sind ca. 50 bis 60 Personen anwesend (⅔ Männer, Hauptaltersgruppe zwischen 40 und 60), welche sehr interessiert und konzentriert der Lesung und dem Interview, welches der Verleger Dietrich Klampen mit dem Autor führt, folgen. Zu Beginn liest Christoph Wackernagel den Prolog über die Verhaftung und meint: „Das Buch fängt von hinten an.“ In dem darauffolgenden Interview erklärt Christoph Wackernagel, dass er sich beim Schreiben in die Zeit versetzt habe und so ein fiktives Tagebuch entstanden sei.

3. Die Mythen der Rechten

Eine Veranstaltung im **Lesezelt auf der Agora**. An der Diskussion nehmen **Volker Weiß** (Historiker), **Danijel Majic** (Journalist), **Sophie Tadeus** (Verein „Jugend Rettet“) und **Bascha Mika** (Chefredakteurin der „Frankfurter Rundschau“) teil; **Nadja Erb** (Journalistin der „FR“) moderiert. Die Veranstaltung findet im Lesezelt statt und wird mittels Lautsprecher auf den Vorplatz übertragen. Das runde Zelt bietet auf zwei Ebenen ca. 200 Sitzplätze. Die beiden Sitzblöcke vor dem Podium werden halbkreisförmig von Tischgruppen und Sitzreihen umfasst. Die Plätze sind meiner Einschätzung nach zu Beginn ca. zu ⅓, zum Ende knapp über die Hälfte besetzt. Das Publikum setzt sich aus Personen aller Altersgruppen zusammen. Die größte Gruppe sind junge Menschen im Alter von etwa 20 bis 30 Jahren. Es besteht ein leichter Frauenüberhang.

Nadja Erb startet die Diskussion mit einer Zustandsbeschreibung. So seien seit Jahrzehnten rechte Zirkel und AutorInnen aktiv. Diese hätten einen sehr elitären Anspruch. Mit der Entwicklung der wutbürgerlichen Bewegung, welche schon vor der Flüchtlingskrise ihren Anfang genommen habe, habe sich dieser Anspruch geändert. Erb bezeichnet die AfD als eine „rechtspopulistische Sammelbewegung“, welche zum ersten Mal die Möglichkeit hat, politischen Einfluss zu nehmen.

Bascha Mika meint, dass mit der sogenannten „Sarrazindebatte“ und der Diskussion um die Übergriffe in der Silvesternacht 2016/17 plötzlich Frauenverächter zu Frauenschützern

geworden seien – nach dem Motto *„Wir müssen unsere Frauen verteidigen“*. Sie berichtet über die intensiven und überaus selbstkritischen Versuche der Medienleute, die Rolle der Berichterstattung der Ereignisse durch die Medien zu reflektieren und zu analysieren, stellt aber auch die grundsätzliche Frage, ob nicht die Medien dadurch, dass sie nicht oder zu wenig auf die Alltagssorgen der Bevölkerung eingegangen seien, Mitverantwortung trügen. Bascha Mika will dieser Interpretation klar widersprechen: Es gehe nicht um falsche Berichterstattung, sondern darum, dass die *„Medien dort nicht hingegangen sind, wo sie keine LeserInnen vermuteten, Politiker dort nicht hingingen, wo sie keine Wähler vermuteten“.*

Danijel Majic mahnt eindringlich, nicht die Termini der Rechten zu übernehmen (wie z. B. *„Verschwulung der Kinder“),* sehr auf die Wortwahl zu achten und sensibel mit Begriffen umzugehen.

Volker Weiß beschreibt unter dem Begriff des historischen Rückbaues die Themen der politischen Agenda der Rechten, eine Kulturrevolution (Revision von 1968) und die Wiedererringung des alten Reiches.

Danijel Majic äußert sich zu dem Mythos, dass die Retter im Mittelmeer mit Schleppern zusammenarbeiten. Ermittlungen hätten keine Ergebnisse und so den Verdacht nicht bestätigen können. Majic berichtet darüber, dass in Thinktanks (z. B. im Gatestown Institut in New York) Mythen entwickelt würden. Die Etablierung von Thinktanks sei ein neues Phänomen.

Mit einem kurzen Statement zur aktuellen politischen Situation in Deutschland leitet Volker Weiß das Thema „Umgang mit Rechts“ ein. Er positioniert sich sehr deutlich mit der Aussage *„Auch wenn man den Rechten hinterherläuft, wählen die Menschen trotzdem das Original, wir müssen dem etwas entgegensetzen“* – und meint damit nicht die Debatte der Grünen über den Begriff „Heimat“, sondern zitiert den Schriftsteller Robert Menasse, der einmal sagte, dass es um ein Europa der Regionen, nicht der Staaten gehe.

Danijel Majic fordert uns auf, die Programme der Rechten genau zu studieren und die Bevölkerung auf die Konsequenzen der Umsetzung aufmerksam zu machen und sagt: *„Wir müssen das Heft selbst in die Hand nehmen.”*

Bascha Mika meint, dass im Moment ALLE versuchen würden, Narrative zu bedienen. Wir müssten uns aber bewusst sein, dass die WählerInnen oft auch aus Protest gewählt hätten, da sie ökologisch, ökonomisch oder sozial *„abgehängt“* worden waren. Bezugnehmend darauf, stellt Volker Weiß fest, dass die WählerInnen der Rechten nicht ausschließlich Hartz-4-BezieherInnen seien: *„Rechts war immer schon auch ein Bürgerproblem, es gibt immer schon einen rechten Bodensatz von 10–12 %.“* Wir sollten auf die momentane Situation nicht hysterisch reagieren, sondern genau hinschauen und vor allem keinen Kampfmodus ausrufen, regt Danijel Majic an. Zum Einzug der AfD merkt er an: „*Es geht darum, die Demokratie im Bundestag zu verteidigen.”* Die Hoffnung bestehe darin, dass die AfD an den Reglementierungen *„zerbröselt“*.

Volker Weiß plädiert für einen offenen Umgang mit der AfD: *„Wir haben den öffentlichen Raum nicht verloren. Nehmt den Rechten nicht die Themen ab.”* Mit seiner Feststellung,

dass die Rechte der politische Zwilling des extremen Islams sei, fordert er die politische Linke auf, sich stärker gegen den extremen Islam zu erheben.

4. Buchpräsentationen

Je mehr Veranstaltungen ich besuche, je mehr Interviews ich führe, umso klarer wird mir, dass ich meinem Thema nur ansatzweise gerecht werden kann. Ich kann jedoch einen Einblick in mein Erleben und meine systematische Beobachtung auf der Frankfurter Buchmesse geben. Persönlich fühle ich mich durch die Begegnungen und Erlebnisse auf der FBM sehr bereichert, sensibilisiert und aufgefordert, in meinem Alltag aktiv bei politischen Themen/Diskussionen Stellung zu beziehen und – wenn möglich – in den Dialog zu treten.

Zur Abrundung meiner Recherchen besuche ich noch einige Buchpräsentationen und Gespräche mit den Autoren:

Pressekonferenz mit Gregor Gysi, dem Politiker der Partei „Die Linke" (Halle 3.C, Raum „Aspekt"): Alle Plätze (ca. 150) sind besetzt, am Rande und beim Eingang stehen dicht gedrängt weitere ZuhörerInnen. Das Publikum ist sehr gemischt. Im Gespräch mit seiner Lektorin Franziska Günther stellt er seine Autobiographie *„Ein Leben ist zu wenig"* vor.

Chefredakteur Klaus Brinkbäumer interviewt auf der **Spiegelbühne Salman Rushdie** über sein neues Buch *„Golden House"*. Das Interview bringt einen sehr starken BesucherInnenandrang mit sich, alle etwa 25 Plätze sind besetzt, dicht gedrängt stehen die Leute auf dem Gang. Salman Rushdie berichtet, dass er während des Schreibens aktuelle Themen einarbeite. Als er mit dem Buch begonnen habe, habe auch das Phänomen „Trump" begonnen. Rushdie meint, dass im Laufe des Schreibens das Buch die Themen suche, dass sich eine Dynamik entwickle, bei der er in den Hintergrund trete. Er merkt an, dass Obama der *„Repräsentant der Wünsche"* gewesen sei. – Ich bin von der Bescheidenheit und dem Humor von Salmon Rushdie sehr fasziniert.

Den Abschluss dieses Tages bildet der Besuch der Podiumsdiskussion und der Vorstellung des *Neuen Welthungerindexes* mit **Dr. Eckhart von Hirschhausen** und dem Vorsitzenden der Welthungerhilfe **Dr. Till Wahnbaeck** auf der sogenannten „Hot Spot Education Stage".

Meine Kollegin Annemarie Bugl hält in ihren Notizen fest, dass der Welthungerindex zu den international anerkannten Indizes gehört, und obwohl gesagt werden kann, dass langfristige Fortschritte in der Reduzierung von Hunger in der Welt erzielt wurden, verursachen Kriege und Dürre immer noch Hungersnöte, die besonders Arme, Frauen, Kinder und indigene Völker betreffen. Eckhard von Hirschhausen fordert dazu auf, bei allen innereuropäischen Krisen über den Tellerrand zu schauen und zu begreifen: *„Es gibt nur eine Erde. Und eigentlich reicht sie für uns alle."*

Auf der **Spiegelbühne** findet das Gespräch von Volker Weidermann mit **Robert Menasse,** dem Autor des Buches *„Die Hauptstadt",* statt. Alle Plätze sind besetzt, weitere ca. 50 Personen stehen am Rand und im Gang, auch im Sitzbereich stehen noch Menschen. Robert Menasse wird sehr herzlich und mit langanhaltendem Applaus begrüßt. Er sitzt entspannt mit einem Getränk, sichtlich gut gelaunt, gerade vom Mittagessen kommend. Sofort entwickelt sich ein spannendes Interview, welches eher an ein Gespräch unter

Freunden erinnert. Über das Buch berichtet Robert Menasse, dass am Anfang die Neugier auf konkrete Einblicke in die Stadt Brüssel gestanden habe. *„Er wollte in den Maschinenraum der Zeitgenossenschaft eintauchen“* und zitiert den Ausspruch eines Beamten in Brüssel: *„Brüssel ist Konfetti und nicht ein Mosaik.“* Robert Menasse merkt an, dass in den letzten Jahren alle PolitikerInnen PragmatikerInnen gewesen seien und eine Krise auf die andere folge. Nun sei es Zeit für KünstlerInnen: *„Europa muss den Künstlern folgen.“* Er stellt folgende Frage an die KünstlerInnen: *„Haben wir nicht noch einen Traum?”* Es gehe um Souveränität der Menschen, nicht der Nationen, in einem Europa, in welchem es gleiche Bedingungen für ALLE geben müsse. Er stellt jedoch klar, dass er kein Prediger, sondern ein Romancier sei.

Georg Wandl

Frankfurter Buchmesse | (Fernseh-)Bühnen

Bei einem ersten, relativ unstrukturierten, intuitiven Rundgang auf der Frankfurter Buchmesse während der Fachbesuchertage bemerke ich, ohne zuerst besonderes Augenmerk darauf zu legen, in allen Hallen Stände, die Bühnen oder bühnenähnliche Konstruktionen aufweisen und von großen ZuschauerInnentrauben oder auch nur wenigen, einzelnen oder sogar gar keinen BesucherInnen frequentiert werden. Innerhalb weniger Stunden fotografiere ich Dutzende davon. Zwei Dinge stechen mir dabei besonders ins Auge bzw. ins Ohr:

1. Einige der Stände mit integrierter Bühnenfunktion sind auch mit jeweils mehreren professionellen HD-Kameras ausgestattet.

2. In unmittelbarer Nähe all dieser Bühnen ist ein für mich unerwartet hoher Lärmpegel während der dargebotenen Programme wahrzunehmen.

Mit der sehr schnell und ohne viel Aufwand gewonnenen Erkenntnis, dass Bühnen offensichtlich ein fixer Bestandteil der Frankfurter Buchmesse 2017 sind und von diesen solche mit Kameras wiederum eine Untergattung darstellen, mache ich mich auf den Weg, diese von mir ab jetzt »TV-Bühnen« genannten zu beobachten, wobei mich manche Fragen gleich zu Beginn beschäftigen, manch andere erst auftauchen, als ich an mehreren Bühnenveranstaltungen beobachtend teilnehme:

- Wie „funktionieren“ diese Bühnen?
- Welche Rahmenbedingungen herrschen dort vor?
- Welche Funktion haben sie?
- Wie wird auf der Bühne agiert?
- Was tun die ZuseherInnen?
- Gibt es Interaktion zwischen BühnenakteurInnen und Publikum?
- Spielen sich gewisse Rituale ab?

Meine Beobachtungen werde ich im Folgenden beschreiben und Zusammenhänge – sofern ich sie erkannt habe – übersichtlich darstellen. Nicht auf alle Fragen – so viel sei verraten – werde ich eine Antwort finden.

Die Lage der Bühnen

Die Bühnen von Arte, ZDF („Das blaue Sofa“), 3sat und ARD befinden sich in unterschiedlichen Hallen, Ebenen bzw. Gängen und unterscheiden sich teilweise stark in Bühnengröße, -höhe, -design und Fassungsvermögen. Was sie verbindet, ist die Ausstattung mit jeweils drei, teilweise auf Stativen befindlichen HD-Kameras sowie ihre grundsätzliche Gestaltung, die bei mir durchwegs die Assoziation mit einem »TV-Studio« auslöst. Sie erwecken also nicht den Eindruck eines schlichten Podiums, das lediglich die Funktion erfüllt, mittels Höhe eine bessere Sicht für die ZuseherInnen zu ermöglichen, und erinnern auch nicht an Theaterbühnen, sondern strahlen eine Ästhetik aus, wie ich sie heutzutage aus dem Fernsehen bei Talkshows oder Kultursendungen kenne. Dadurch

heben sie sich optisch auch deutlich von anderen Messeständen ab und erwecken bei mir den Eindruck „Hier gibt es etwas Besonderes zu sehen!“. Ich nehme an, dass diese Wirkung beabsichtigt ist. Die Anziehungskraft, die die TV-Bühnen auf mich ausüben, ist groß, und ich erkläre sie mir damit, dass meine Erwartungshaltung, auf der FBM vor allem mit dem Medium *Buch* konfrontiert zu werden, hier auf eine zweite Welt trifft, die mich von Kindheit an fasziniert hat, nämlich die des Fernsehens.

Meine erste Begegnung mit einer bespielten TV-Bühne findet am 11. Oktober 2017 am Stand 4.1/D10 statt: *ARTE Deutschland TV GmbH* präsentiert in Zusammenarbeit mit dem Gastland Frankreich im Rahmen der Reihe „Frankfurt auf Französisch“ die belgische Bestsellerautorin Amélie Nothomb im Gespräch mit der Moderatorin Annette Gerlach. Die Bühne ist relativ klein, vor allem nicht sehr tief und – im Vergleich zu den drei anderen TV-Bühnen – mit ca. 30 cm Bühnenhöhe die niedrigste. Von Beginn des Gesprächs über Nothombs neuen Roman „Töte mich“ an irritiert mich die laute Hintergrundgeräuschkulisse aufgrund des Messepublikums, die einem als ZuseherIn eine starke Fokussierung auf das Bühnengeschehen abverlangt, um dem Inhalt des Gesprächs folgen zu können. Liegt das an der Lage der ARTE-Bühne, die in der Nähe eines Halleneingangs liegt und vor allem am rechten Bühnenrand unmittelbar an einen stark frequentierten Gang grenzt? Ist die tontechnische Lösung unzureichend? Oder ist es ein gegebener Umstand, mit dem BühnenakteurInnen und Publikum schlichtweg zu leben haben?

Vielleicht gibt der Vergleich Auskunft: Am selben Tag, zwei Stunden später, bin ich am Stand U.56 A1, wo René Aguigah den österreichischen Kulturwissenschaftler Thomas Macho zu seinem Buch „Das Leben nehmen“ interviewt. Im Vergleich zum ARTE-Stand vorhin erweckt die ZDF-Bühne für „Das blaue Sofa« bei mir noch stärker den Eindruck eines TV-Studios. Die Bühnenfläche ist auch nicht sehr groß, die Konstruktion wirkt aber wesentlich massiver und weist durch ihre Form aufeinandergestapelter Bücher einen deutlichen Bezug zur Buchmesse auf. Kontrastiert wird die Fernsehatmosphäre aber auch hier ganz stark durch die sehr lauten Hintergrundgeräusche. In diesem Fall gewinne ich den Eindruck, dass dies zu einem großen Teil eindeutig mit der Lage dieser Bühne zu tun hat, die sich nämlich nicht in einer geschlossenen Halle, sondern an einem „neuralgischen Verkehrsknotenpunkt“ am Gang zwischen den Hallen 4.1, 5.1 und 6.1 mit vielen PassantInnen bzw. Laufpublikum und den damit unweigerlich verbundenen Nebengeräuschen befindet. Die Gesprächspartner auf der Bühne scheinen sich von diesem ständigen Lärmpegel und dem Menschengewühl aber überhaupt nicht stören zu lassen und sind ganz auf ihre Tätigkeit auf der Bühne fokussiert. Einerseits, so scheint mir, liegt das ganz sicherlich an der Professionalität des Moderators und des Autors, andererseits liegt das wohl in der für das Agieren und Sprechen auf einer Bühne notwendigen Konzentration begründet.

Mir fällt auf, dass das Laufpublikum am Gang hinter dem sitzenden Publikum teils ungeniert laut miteinander spricht und lacht, ohne jede Rücksichtnahme auf das, was vorne auf der Bühne geschieht, oder darauf, dass hier eine Live-Sendung stattfindet. Es scheint sich aber auch niemand wirklich daran zu stören; in keiner Weise wird von den Sendungsverantwortlichen diesbezüglich reagiert oder um Ruhe gebeten. Das unterstreicht meine Annahme, dass es sich um einen – in keinem Theater oder TV-Studio tolerablen – Umstand handelt, der von allen Beteiligten offensichtlich als gegeben

akzeptiert wird. Und wie ich kurz danach beobachten kann, wird diese akustische Situation auch vom Veranstalter ZDF selbst mitverursacht, ist also zu einem gewissen Teil auch hausgemacht: Zehn Meter neben dem „Blauen Sofa live“ beginnt synchron an einer Theke eine Signierstunde des zuvor aufgetretenen Autors, was den Lärmpegel weiter anhebt.

Mein erstes Fazit: Die Buchmesse ist laut (und darf das sein), auch wenn live gesendet bzw. gestreamt wird. Trotzdem fällt mir auf, dass auch hier die tontechnische Lösung und damit die Verständlichkeit der BühnenakteurInnen unzureichend ist; vor allem in Anbetracht dessen, dass es sich hierbei um die Bühnen hochprofessioneller TV-Anstalten handelt, finde ich das doch erstaunlich.

Ein Blick weiter zur nächsten Bühne relativiert meine ersten Eindrücke diesbezüglich zumindest ein wenig: Am 12. Oktober besuche ich den Stand F.0 A3, wo der Hessische Rundfunk auf der ARD-Bühne Sven Regener und seinen aktuellen Roman „Wiener Straße“ im Gespräch mit Bärbel Schäfer präsentiert. Auch hier dominiert eine Bühnenästhetik, die stark an moderne TV-Studios erinnert. Die ARD-Bühne ist im Vergleich deutlich größer, die ovale Bühnenfläche lässt die beiden AkteurInnen für mich sogar ein wenig verloren erscheinen, aufgrund der Bühnenhöhe von etwa einem Meter sind sie auf jeden Fall sehr gut sichtbar. Auch das Auditorium ist wesentlich größer als bei ARTE und ZDF, und obwohl ich mich weiter weg von der Bühne als bei den zwei Ständen zuvor befinde, erscheinen mir einerseits die Nebengeräusche deutlich weniger und andererseits die Verständlichkeit und der Sound wesentlich besser zu sein als bei ARTE und ZDF. Ob das daran liegt, dass hier mit Handfunkmikrofonen gearbeitet wird und nicht mit Headsets oder Anschmink-Mikrofonen wie auf den anderen Bühnen, kann ich nicht beantworten. Es könnte aber ein Grund sein. Was mir allerdings auffällt, ist, dass eventuell die Lage der Bühne dazu beiträgt, dass es hier ein wenig leiser ist: Das Forum, Ebene 0, steht zur Gänze der ARD zur Verfügung, das heißt, der/die VeranstalterIn muss sich die Halle nicht mit anderen AusstellerInnen teilen – überspitzt formuliert: Wer hierher kommt, kommt zur ARD und flaniert nicht nur. Durch das deutlich größere Fassungsvermögen des Publikumsraums ist auch die Distanz zwischen der Bühne und den PassantInnen, die eventuell zum Gastland Frankreich, das einen Stock höher residiert, unterwegs sind, größer.

Ein Spaziergang weiter zur nächsten TV-Bühne scheint mir den Ausnahmestatus der ARD-Bühne zu bestätigen: Am Stand 4.1/E 108 präsentiert 3sat – das gemeinsame Programm der vier öffentlich-rechtlichen Fernsehsender des deutschen Sprachraums ZDF, ORF, SF und ARD – Sven Regener – nur eine halbe Stunde nachdem er sich auf der ARD-Bühne verabschiedet hat – und seinen Roman „Wiener Straße“ im Gespräch mit Katja Gasser unter dem Titel „3sat liest“. Hier herrschen ähnliche Verhältnisse wie bei ARTE: Die wieder an ein TV-Studio erinnernde Bühne ist relativ klein, niedrig und nicht sehr tief. Auch sie liegt in unmittelbarer Nähe eines Halleneingangs und wird von zwei Gängen flankiert. Da der Publikumsbereich sehr schmal ist, passieren die BesucherInnen den Stand ziemlich nah an der Bühne, was also auch hier dazu führt, dass eine laute Hintergrundgeräuschkulisse allgegenwärtig ist.

Für mich bedeutet das, die 3sat-Bühne bestätigt meine These, dass Lärm ein ständiger, ohne Aufhebens akzeptierter Begleiter auf der FBM und bei den TV-Bühnen ist, auch wenn ein Fernsehsender dieses Problem besser im Griff zu haben scheint als die anderen drei.

Die offene, barrierefreie Architektur der Stände und ihre Lage an stark frequentierten Plätzen könnte so interpretiert werden, dass den Sendern die Außenwirkung und das Ansprechen von PassantInnen wichtiger ist als ein abgeschlossener, ruhiger Raum, der sowohl den BühnenakteurInnen als auch dem Publikum die Konzentration auf ein Gespräch erleichtern würde. Diese Präsenz ist ARD, ZDF, ARTE und 3sat offensichtlich wichtig und eine Menge Geld wert. Warum?

Die Funktion der TV-Bühnen

Um auf diese Frage eine Antwort zu finden, habe ich mich für folgende zwei Methoden entschieden, nämlich nachzufragen und zu beobachten.

Meine Frage habe ich schlicht so formuliert: „Welche Funktion bzw. welchen Zweck hat die Anwesenheit der TV-Sender auf der Frankfurter Buchmesse?“ Darauf direkt auf der FBM eine Antwort zu erhalten, ist jedoch gar nicht so leicht, wie sich herausstellt, als ich mich auf die Suche nach Gesprächspartnern an den jeweiligen Ständen mache.

So fällt die Darstellung der Intentionen ihres TV-Senders durch eine Desk-Mitarbeiterin am 3sat-Stand am 12. Oktober recht knapp aus: Zweck sei schlichtweg die Präsenz des Senders auf der Frankfurter Buchmesse. Für nähere Informationen erhalte ich einen Kontaktnamen, an den ich mich gerne per Mail wenden kann.

Nur ein wenig mehr Auskunft liefert mir ein Interview mit einer Desk-Mitarbeiterin am ARTE-Stand, das ich ebenfalls am 12. Oktober führe: Zweck sei, den Sender auf der Frankfurter Buchmesse zu repräsentieren und generell Präsenz zu zeigen. Außerdem sei es ein Service für die Kulturpartner[18] von ARTE.

Die eher allgemein gehaltenen, knappen Antworten können einerseits an meiner mangelnden Routine in Bezug auf Interviewführung liegen, andererseits haben die Desk-Mitarbeiterinnen vielleicht eher die Aufgabe, allgemeine Informationen zu geben, und selbst zu wenig Hintergrundwissen. Aus diesem Grund entschließe ich mich, an ARTE, 3sat, ARD und ZDF Mails zu schreiben; bisher antwortete nur die ARD – ihre Auskunft werde ich im Folgenden zusammenfassen (das komplette Mail steht zur Einsicht zur Verfügung): Die wesentlichen Ziele seien

- die Steigerung des Bekanntheitsgrades der ARD, ihrer Produkte und ihrer kooperierenden Programme;
- die Herstellung von direktem Kontakt zu programmaffinen Zielgruppen;
- die Generierung von Programmvermögen;
- die Imagepflege und der Imagetransfer;
- die Herstellung von Kontakten zu MultiplikatorInnen (Presse) und potentiellen KooperationspartnerInnen.

[18] Dazu zählen der Börsenverein des Deutschen Buchhandels e. V.; Francfort en français – Frankfurt auf Französisch; die Frankfurter Buchmesse; das Goethe-Institut; das Institut français; das Institut für Auslandsbeziehungen; literaturhaus.net; Litprom e.V.; die Robert-Bosch-Stiftung; der Schweizer Buchhändler- und Verlegerverband; die Stiftung Genshagen.

Die angeführten Intentionen widersprechen meinen Beobachtungen nicht; so finde ich etwa in meinen Aufzeichnungen folgende Notiz: Ich habe den Eindruck, dass das Zielpublikum bei den TV-Bühnen eher das TV- bzw. Streaming-Publikum ist. Zwar soll als *collateral benefit* das Live-Saalpublikum auch „bedient" werden, doch der Fokus liegt hier eher bei den „normalen" BuchkonsumentInnen – also breitenwirksam – weniger beim FachbesucherInnenpublikum. Andererseits und andernorts interpretiere ich die Durchführung von Autogrammstunden bzw. Signiermöglichkeiten, die gleichzeitig die eigenen Übertragungen stören, als Service am/an der MessebesucherIn, der/die hier eher als Fan, nicht als FachbesucherIn agiert und behandelt wird, was wiederum meine These der breitenwirksamen Orientierung unterstützt.

Beides scheint also Absicht der TV-Sender zu sein: Präsenz auf der Messe und Kontakt mit dem Live-Publikum einerseits sowie Produktion vieler Programmminuten und dadurch Kontakt mit den SeherInnen per Live-Stream oder TV andererseits.

Dieser *doppelte Kontakt* findet vor Ort in einem streng getakteten Rhythmus statt. Wie weit der Ablauf sozusagen durchchoreografiert ist und ob die Programme auf den TV-Bühnen eher Showcharakter haben, schaue ich mir anhand des jeweiligen Programmbeginns an.

Inszenierung und Authentizität

Bei Annette Gerlachs Gespräch mit Amélie Nothomb für ARTE am 11. Oktober erweckt gleich der Beginn des Gesprächs meine Aufmerksamkeit. Das mag zugegebenermaßen beruflich bedingte selektive Wahrnehmung sein, scheint mir aber erwähnenswert. Die Moderatorin eröffnet folgendermaßen:

> „Bonjour! Guten Tag erstmal, vielen Dank, dass Sie so zahlreich erschienen sind! Hallo auf der Buchmesse! […] Ich habe das große Vergnügen – ja man darf sagen – das Plaisier, das Privileg, Ihnen Amélie Nothomb vorzustellen. Für die, die diese wunderbare Schriftstellerin zufällig noch nicht kennen sollten: Sie ist die begabteste und exzentrischste Feder, die Belgien jemals hervorgebracht hat seit Georges Simenon, würd ich sagen."

Annette Gerlach und die anwesende Moderatorin lachen, und der Umstand, dass die ARTE-Moderatorin und die Autorin sich gleich im Anschluss auch noch gegenseitig versichern, wie sehr sie einander schätzen bzw. verehren, bringt mich zu der Frage, ob es sich hierbei um eine Floskel handelt, also eine Art ritualisiertes Kompliment, das Teil der Inszenierung auf den TV-Bühnen ist. Mit dieser Idee einer These begebe ich mich zu den anderen TV-Bühnen, um durch Beobachtung festzustellen, ob es sich eventuell um ein wiederkehrendes Muster handeln könnte.

Zwei Stunden später startet René Aguigah auf der ZDF-Bühne für „Das blaue Sofa" nach einem kurzen Jingle mit folgenden Worten:

„Wir kommen hier auf dem blauen Sofa nun zu einem ebenso ernsten wie verstörenden Thema … äh … im Gespräch mit einem ebenso klugen und belesenen wie auch charmanten Gesprächspartner, dem aus Wien stammenden Kulturhistoriker Thomas Macho – herzlich willkommen!"

Auch hier also ein Kompliment an den Gast zu Beginn.

Wiederum eine Stunde später ist auf derselben Bühne der aktuelle Gewinner des Deutschen Buchpreises zu Gast. Die Moderatorin Susanne Biedenkopf begrüßt ihn nach dem auf dem *Blauen Sofa* offenbar üblichen Jingle folgendermaßen: *„Herzlich willkommen, meine Damen und Herren, neben mir sitzt Robert Menasse, zum zweiten Mal heute auf dem blauen Sofa – vielen Dank, dass Sie sich die Zeit nehmen!“* Das klingt jetzt zunächst einmal deutlich nüchterner, vor allem wenn man in Betracht zieht, dass es sich um den frisch gekürten Gewinner des Deutschen Buchpreises 2017 handelt. Eine mögliche Erklärung finde ich in dem Umstand, dass Robert Menasse um 16.00 Uhr eben bereits zum zweiten Mal an diesem Tag auf dem „Blauen Sofa“ Platz nimmt, nachdem ihn Volker Weidermann schon um 10.30 Uhr unter dem Titel „Deutscher Buchpreis 2017“ begrüßt hat.

Am 12. Oktober startet Moderatorin Barbara Wahlster um 15.00 Uhr ihr Gespräch nach dem obligatorischen Sofa-Jingle folgendermaßen: *„Meine Damen und Herren, begrüßen Sie mit mir den Schriftsteller Salman Rushdie – ich bin sehr froh, ihn hier auf dem Blauen Sofa begrüßen zu können! Very warm welcome, it’s a pleasure having you, Salman Rushdie!“*

Bärbel Schäfers Intro um 16.00 Uhr auf der ARD-Bühne lautet folgendermaßen: „So, wie sieht’s aus? Herzlich willkommen, meine Damen und Herren, hier an der ARD-Bühne! Ich bin Bärbel Schäfer und freue mich auf unseren Gast jetzt hier: Sven Regener!“

Um 17.00 Uhr leitet Katja Gasser auf der 3sat-Bühne nach einem kurzen Jingle ihr Interview so ein: „Sehr geehrte Damen und Herren, ich freu mich seeehr, Sven Regener auf der 3sat-Bühne begrüßen zu dürfen! Herzlich willkommen, Sven Regener, schön, dass Sie zu uns gefunden haben!“

Am 13. Oktober begrüßt Gert Scobel um 11.00 Uhr – ebenfalls nach einer kurzen Erkennungsmelodie – auf der 3sat-Bühne unter dem Titel „Buchzeit extra“ seinen Interviewpartner mit den Worten:

> „Ich muss sagen, ich hab mich sehr gefreut, diesen Gast jetzt begrüßen zu können und ihn persönlich kennenzulernen: Andreas Pflüger, herzlich willkommen, schönen guten Morgen! Und ich bin ehrlich: Ich hab’s nicht so wirklich mit deutschen Krimis. Ich lese zwar ganz gerne Krimis, aber mit deutschen Krimis hab ich ein bisschen ein Problem gehabt, bis ich seinen zweiten, dann seinen ersten und jetzt seinen dritten Roman gelesen habe.“

Gleich im Anschluss, nur eine halbe Stunde später, begrüßt Gert Scobel auf derselben Bühne den Autor des erst vier Tage zuvor erschienenen Romans „Tyll“:

> „Den nächsten Autor muss ich Ihnen eigentlich nicht vorstellen und man sieht’s auch an der Menge von Menschen, die … äh … die hier sind, dass man das nicht braucht; ich werd’s trotzdem ganz kurz tun: Herzlich willkommen, Daniel Kehlmann!“

Bei allen vier TV-Bühnen ist mir also so etwas wie ein Muster aufgefallen, eine Art Ritual, das am Beginn jedes Bühnengesprächs zu stehen scheint: in zwei von vier Fällen eine musikalische Signation, der eine freundliche bis herzliche Begrüßung folgt, die oft, aber nicht immer, durch ein oder mehrere Komplimente ergänzt wird. Dass all dies Teil einer

Inszenierung zu sein scheint, bestätigt möglicherweise eine Beobachtung am Rande, die mich zurück an den Beginn dieses Kapitels führt: Mir fällt auf, dass Annette Gerlachs zuvor auf der Bühne authentisch wirkendes Lächeln und Strahlen wie aus dem Gesicht gewischt scheint, sobald sie nach Ende des Interviews mit Amélie Nothomb in den seitlich liegenden Backstage-Raum abgeht. Möglicherweise bedeutet es aber einfach auch nur, dass nach einem halbstündigen Gespräch vor Publikum die Anspannung abrupt nachlässt, sobald man sich nicht mehr beobachtet fühlt. Katja Gassers auf der 3sat-Bühne zur Schau gestelltes Lächeln verstärkt bei mir aber eher den Eindruck, dass auch die Mimik fixer Bestandteil einer professionellen Inszenierung ist, auch wenn dies manchmal auf Kosten der Authentizität geht. Hier befinde ich mich aber wahrscheinlich schon weit im Bereich subjektiven Empfindens, das unter Umständen eher mit Sympathie als mit neutraler Beobachtung zu tun hat.

Dass so eine Inszenierung insgesamt nur wenig Spielraum für spontane Elemente lässt, konnte ich ebenfalls beobachten:

Interaktion mit dem Publikum

Auf allen vier TV-Bühnen lässt sich schon aus den Programmfoldern ablesen, dass ein sehr enges Zeitkorsett den dichten Timetable regiert. Interaktion mit dem Publikum ist insgesamt nur sehr selten zu registrieren, vielleicht auch allein schon deswegen, weil die Technik mit der Tonabnahme von Wortmeldungen aus dem Publikum bei Liveübertragungen überfordert wäre.

Einmal, ganz am Ende des ARTE-Interviews von Annette Gerlach, wird das Publikum kurz miteinbezogen, es scheint aber nur pro forma zu sein: *„Gibt es eine wichtige Frage, die ich vergessen habe, die einer von Ihnen an Amélie Nothomb stellen möchte?“* Es folgen zwei Sekunden Pause, dann spricht Annette Gerlach weiter.

Auch Bärbel Schäfer richtet sich in ihrem Gespräch mit Sven Regener auf der ARD-Bühne kurz direkt ans Publikum, indem sie ihre Bitte, er möge eine Passage aus „Wiener Straße“ vorlesen, sozusagen von den ZuseherInnen absegnen lassen möchte: *„Würden Sie das unterstützen?“*

Ansonsten gibt es – mit Ausnahme des ARTE Wake Up Slams (z. B. am 12. Oktober um 10:30) – keine interaktiven Elemente bei den von mir besuchten Programmpunkten auf den TV-Bühnen zu beobachten, wobei mir hier auffällt, dass sich die Slam-PoetInnen Jean-Philippe Kindler und Leticia Wahl bei ihrem „Start in den Messetag“ generell viel mehr direkt ans Publikum am Stand richten und sich nicht an den TV-Kameras orientieren. Die beinahe 100 Gäste dieser ARTE-Veranstaltung, davon ca. 35 sitzend, der Rest stehend, erwecken insgesamt einen sehr interessierten und wohlwollenden Eindruck, kaum jemand geht weiter.

Wie sich die Zuseher/innen verhalten, wenn sie nicht direkt ins Bühnengeschehen eingebunden werden – also fast immer –, und wie sich das Publikum generell zusammensetzt, versuche ich im nächsten Abschnitt zu beschreiben.

Das Publikum

Am 11. Oktober befinden sich bei der ZDF-Bühne ca. 50 bis maximal 60 Leute im Publikum, während am *Blauen Sofa* René Aguigah mit Thomas Macho über dessen Buch

„Das Leben nehmen“ spricht. Das Publikum sitzt größtenteils auf weißen, quadratischen und quaderförmigen Hockern und etwa zehn Prozent fixieren ihr Mobiltelefon. Weitere zehn Prozent scheinen extrem aufmerksam zuzuhören und machen sich währenddessen auch Notizen. Während einige den Folder mit dem Programm der ZDF-Bühne studieren, hören viele weitere ZuseherInnen aufmerksam zu. Einige Personen sitzen einfach nur da und wirken so, als wollten sie ihre Beine ausrasten. Am Verbindungsgang hinter dem sitzenden Publikum bleiben manche MessebesucherInnen stehen, hören kurz zu und gehen dann aber weiter.

Eine Stunde später registriere ich bei derselben TV-Bühne deutlich mehr ZuhörerInnen als zuvor bei Thomas Macho – und zwar im doppelten Sinne: Es sind *mehr* Leute da (ca. 150 – zwei Drittel davon sitzen, was bedeutet, dass die vorhandenen Sitzplätze zur Gänze besetzt sind; etwa ein Drittel steht) und diese Leute hören *besser* zu, scheinen mir wesentlich interessierter an dem, was auf der Bühne gesprochen wird. Es gibt kaum WeitergeherInnen, aber auch nur sehr wenige MitschreiberInnen. Diese – wie es auf mich wirkt – erhöhte Aufmerksamkeit des Publikums könnte mit dem Status Robert Menasses als aktuellem Gewinner des Deutschen Buchpreises 2017 zu tun haben. Ich bin mir sicher, dass die höhere Zuschauerzahl damit zu tun hat.

Ebenfalls am Blauen Sofa nimmt einen Tag später Salman Rushdie Platz. Im Vergleich zum Interview mit Robert Menasse wächst das Publikum jetzt noch einmal auf knapp 200 an. Es herrscht nicht nur deutlich größerer PressefotografInnenzuspruch als bei den vorigen Gästen der ZDF-Bühne, auch im ZuschauerInnenraum wird es noch einmal enger: Diesmal sind auch alle Plätze in der TV-Lounge, in der man auf der anderen Seite des Ganges über einen großen Bildschirm die Live-Übertragung verfolgen kann, besetzt. Das Publikum hört trotz – meiner Meinung nach – technisch unzureichender Lösung der Simultanübersetzung sehr aufmerksam zu. Vom Originalton Salman Rushdies ist kaum etwas zu verstehen, dafür ist der Übersetzer umso lauter. Salman Rushdies Pointen, auf die er bewusst abzuzielen scheint – er tritt insgesamt sehr humorvoll auf –, gehen dabei fast vollkommen unter. Nur wenige im Saalpublikum machen sich Notizen. Aber auch Personen, die im Publikum sitzen und WhatsApp benutzen bzw. das Programm studieren, sind selten. Nur zwei BesucherInnen verlassen während des Gesprächs ihren Sitzplatz, was aber auch an der Enge im ZuschauerInnenraum liegen kann.

Am selben Tag verfolgen bei der ARD-Bühne, die – wie bereits erwähnt – über ein größeres Auditorium verfügt, etwa 250 ZuseherInnen das Gespräch zwischen Bärbel Schäfer und Sven Regener. Das Publikum wirkt gut gelaunt und unterhält sich vor allem bei der von Regener selbst gelesenen Romanpassage bestens. Es gibt einige Handy- und vereinzelte ProfifotografInnen.

Der (Größen-)Unterschied zwischen den TV-Bühnen wird am selben Tag eine Stunde später sichtbar, als Sven Regener auf der 3sat-Bühne zu Gast ist: Die exakt dreißig Sitzplätze, die sich vor und auf der linken Seite der minimal erhöhten Bühne befinden, sind alle besetzt, zusätzlich hören etwa 60 Leute stehend zu. Einige PassantInnen bleiben stehen, als sie den Autor erkennen, der übrigens exakt dieselbe Passage wie zuvor auf der ARD-Bühne vorliest, was für mich wiederum den inszenierten Charakter der Programme

auf den TV-Bühnen unterstreicht. „WhatsApperInnen“ im Publikum gibt es hier nur wenige: lediglich zwei von neunzig.

Deutlich weniger Publikumszuspruch erfährt wiederum einen Tag später auf derselben Bühne das Gespräch zwischen Andreas Pflüger und Gert Scobel: Ca. 25 ZuseherInnen sind anwesend, die sich etwa 50:50 auf Sitz- und Stehplätze verteilen. Mit der Zeit wächst die ZuhörerInnenschaft noch ein wenig an. Das könnte daran liegen, dass direkt im Anschluss Daniel Kehlmann auf der 3sat-Bühne zu Gast ist. Bei ihm sind es dann 30 sitzende und in etwa 70 stehende ZuhörerInnen.

Ebenfalls am 13. Oktober ist Jan Weiler bei Michael Sahr am „Blauen Sofa“ zu Gast. Insgesamt sind hier bei der ZDF-Bühne ca. 60 ZuseherInnen, davon etwa 90 % sitzend. Einige im Publikum wirken wieder so auf mich, als würden sie lediglich ihre Füße ausruhen. Auf Jan Weilers Pointen gibt es keinerlei Reaktionen im Auditorium. In der bereits zuvor beschriebenen TV-Lounge herrscht komplettes Desinteresse.

Am 14. Oktober stellt Reinhard Kleist auf der 3sat-Bühne bei Vivian Perkovic seine Graphic Novel „Nick Cave“ vor. Die vorhandenen Sitzplätze sind beinahe vollständig besetzt, dazu kommen zu Beginn ca. 20 stehende ZuseherInnen. Dieses Stehpublikum wechselt am Morgen des ersten Publikumstages stark: Einige bleiben kurz stehen, einige gehen wieder weiter, einige wenige setzen sich dazu. Als Reinhard Kleist live einen „Nick Cave“ zeichnet, dessen Entstehungsprozess das Publikum nur über die vorhandenen Bildschirme mitverfolgen kann, wächst das Stehpublikum um ungefähr zehn Leute an. Einige davon fotografieren mit dem Handy. Dann beobachte ich einige im Publikum, die in erster Linie offenbar darauf aus sind, 3sat-Give-aways zu sammeln. Trotz des Laufpublikums bleiben die Bühne und das Geschehen/Gespräch darauf für mich wie in einer Blase. Diese in meinen Feldnotizen festgehaltene Wahrnehmung unterstützt für mich die These, dass die Programme der TV-Bühnen ihre volle Wirkung erst im TV bzw. im Live-Stream entfalten, ihre Funktion auf der Frankfurter Buchmesse hauptsächlich in der Präsenz besteht.

Interaktion auf der Bühne

In der Art, wie auf der Bühne miteinander umgegangen und gesprochen wird, lassen sich ebenfalls einige Unterschiede beobachten. Allerdings finden sich in meinen Protokollen zu wenige Notizen, um umfangreich darauf einzugehen. Darum werde ich im Folgenden nur einige wenige Details sowie ein paar grundlegende Erkenntnisse festhalten.

Grundsätzlich kann ich bei den Autorengästen zwei unterschiedliche Typen ausmachen: diejenigen, die – wie oben beschrieben – ganz auf das Bühnengespräch fokussiert sind, also in der von mir sogenannten „Blase“ verharren, und solche – wie etwa Rolf Dobelli am 14. Oktober am „Blauen Sofa“ –, die sehr bewusst und professionell immer wieder Blickkontakt mit dem Publikum am Stand aufnehmen oder es sogar direkt ansprechen. Auch Annette Gerlach, die das Interview mit Amélie Nothomb für ARTE auf Französisch führt – die Fragen werden dem Publikum jeweils vorher auf Deutsch gesagt, anschließend übersetzt eine auf der Bühne anwesende Dolmetscherin die Antworten –, und ihr belgischer Gast scheinen ihre Blickrichtung nicht so sehr an den TV-Kameras zu orientieren, sondern am Saalpublikum. Im Gegensatz dazu erweckt das ebenfalls im Livestream übertragene Gespräch zwischen Thomas Macho und Moderator René

Aguigah sowie deren gesamtes Agieren auf der ZDF-Bühne vielmehr den Eindruck, in Blickrichtung der Kameras gerichtet zu sein.

Was die Rolle der ModeratorInnen betrifft, achte ich vor allem auf die Art, wie sie durch die Gespräche führen. Der im Absatz zuvor erwähnte René Aguigah wirkt auf mich sehr gut vorbereitet, hat „Das Leben nehmen" genau gelesen, zieht aber nicht starr ein zuvor fixiertes Frageprogramm durch, sondern hört Thomas Macho aufmerksam zu und entwickelt daraus Fragen, die nicht auf seinen Moderationskärtchen vornotiert waren, wie mir scheint. Svenja Flaßpöhler – ebenfalls auf der ZDF-Bühne – überzeugt (zumindest mich) mit guten Fragen an Ralf Dobelli und sehr eigenständig wirkenden Ideen. Auch Gert Scobel für 3sat scheint mir authentisch und sympathisch interessiert am Thriller, an der Person und an den Antworten Andreas Pflügers zu sein. Ebenso beweist er gleich im Anschluss im Gespräch mit Daniel Kehlmann seine Fähigkeit, unabhängig von seinem Stichwortzettel und trotz straffen Zeitplans ein sehr freies Gespräch mit interessanten Fragestellungen zu führen. Im Vergleich dazu bleibt etwa Vivian Perkovic auf derselben Bühne im Interview mit Reinhard Kleist stark an ihren Moderationskärtchen und scheint ihren Fragenkatalog relativ unabhängig von den Antworten durchzuziehen.

Eine Generalisierung scheint mir in diesem Zusammenhang nicht möglich und sinnvoll; es lässt sich lediglich feststellen, dass durchwegs alle ModeratorInnen Stichwortzettel verwenden, sich die Art und Weise, wie sie damit umgehen bzw. sich von ihnen entfernen, jedoch individuell stark unterscheidet.

Akteure vor und hinter den Kulissen

In diesem kurzen Abschnitt möchte ich einige Beobachtungen aus meinen Feldnotizen anführen, die mir erwähnenswert scheinen.

Die Gespräche auf der ZDF-Bühne werden – so wie die der anderen TV-Bühnen – im Live-Stream übertragen, außerdem werden Zusammenfassungen wie etwa „Die lange Nacht des Blauen Sofas" (in der Nacht vom 17. auf den 18. Oktober 2017) im ZDF-Programm gesendet. Die TV-Atmosphäre wird durch die sichtbare Anwesenheit eines Live-Regisseurs/Aufnahmeleiters, der den ModeratorInnen sowohl das Startzeichen gibt als auch immer wieder mit einer Tafel die noch verbleibende Sendezeit in Minuten anzeigt, sowie durch das Einspielen eines Jingles am Beginn jedes Gesprächs unterstrichen. Mein Eindruck ist, dass die *AkteurInnen im Hintergrund* bei der ZDF-Bühne am *vordergründigsten* auftreten, womit ich meine, dass kein Bestreben zu bemerken ist, die für das Funktionieren einer Livesendung notwendigen Aktionen sozusagen am Standpublikum „vorbeizuschummeln". Bei den anderen TV-Bühnen gibt es diese Akteure neben und hinter der Bühne auch, ihre Tätigkeiten erfolgen allerdings ein wenig versteckter. Eine Ausnahme allerdings stelle ich diesbezüglich noch bei der 3sat-Bühne fest: Als Reinhard Kleist live seinen „Nick Cave" zeichnet und ihm dabei eine Kamera sozusagen über die Schulter schaut, kommuniziert Moderatorin Vivian Perkovic live und offen mit der Regie, um die enge Situation am Zeichenpult zu regulieren.

Beim „Blauen Sofa" beobachte ich ein gleichbleibendes Ritual mit den anwesenden PressefotografInnen jeweils vor und nach Sendungsbeginn: Hier gilt offensichtlich ein genau reguliertes Schema, wann und wo der jeweilige Gast fotografiert werden darf, das vom Aufnahmeleiter dirigiert wird. Eine witzige Beobachtung, die unterstreicht, wie sehr

der gesamte Ablauf für die MitarbeiterInnen der TV-Sender trotz allen Trubels auf der FBM Routine ist, mache ich, als Salman Rushdie am „Blauen Sofa“ zu Gast ist: Ein Kameramann tippt auf seinem Smartphone Textnachrichten, und zwar während seine Kamera auf Sendung ist, wie ich am roten Licht erkennen kann.

Sonderfall TEXTBOX

Als Kontrast und Ergänzung zu den TV-Bühnen möchte ich meine Beobachtungen von einer Bühne beschreiben, die in ihrer Art einzigartig auf der Frankfurter Buchmesse ist. Zufällig entdecke ich bei einem Rundgang am 12. Oktober in einer Ecke von Halle 4.1 eine Konstruktion, die meine Aufmerksamkeit erregt: eine schwarze Box mit einer Breite von maximal drei Metern und einer Höhe von ca. zwei Metern. Die obere Hälfte der Vorderfront ist aus Plexiglas und dahinter befindet sich ein Mann. Ich nähere mich und erkenne, dass dieser Mann mit Hut Kopfhörer trägt und in ein Mikrofon spricht. Nach außen ist kein Wort zu hören. Vor dieser Box stehen sechs Klappsessel, von denen die Hälfte besetzt ist. Die drei Zuhörerinnen tragen, wie ich erkenne, ebenfalls Kopfhörer und hören dem in der Box befindlichen Mann offenbar zu, denn sie reagieren lachend oder nickend oder per Handzeichen. Direkt an der Box angekommen, sehe ich, dass sich entlang der gesamten Vorder- und Seitenfront der Box, die – wie ich jetzt an einer Aufschrift lesen kann – *Textbox* heißt, zwanzig Kopfhörer an einer Halterung befinden. Der anscheinend performende Mann mit Hut motiviert mich gestisch, einen Kopfhörer aufzusetzen und – siehe da! – ich kann ihn hören. Er begrüßt mich sogar und es stellt sich schnell heraus, dass er Slam-Poet ist und gleich seinen nächsten Text vortragen wird. Ich werde auch sofort Zeuge eines interaktiven Elements: Bas Böttcher – so der Name des auftretenden Künstlers – ist nicht nur Autor, sondern auch Vortragender und Moderator in Personalunion und lässt das Publikum über die Auswahl des nächsten Textes abstimmen. Am Ende des rund 15-minütigen Auftritts sind alle Sitzplätze besetzt und im Anschluss habe ich die Möglichkeit, kurz mit dem Künstler zu sprechen. Ich erfahre, dass Bas Böttcher die *Textbox* erfunden hat und mit ihr bereits weltweit auf Buchmessen war. Ich habe das System – ganz im Sinne des Erfinders – intuitiv erfasst: Über Kopfhörer verkabeln sich also die ZuschauerInnen mit den Vortragenden, die hinter einer Plexiglasscheibe am Mikrofon stehen. Ziel sei es, in der geschäftigen Unruhe und inmitten des Messelärms eine besonders intime und – wie es der Programm-Flyer nennt – *magische* Verbindung zwischen AutorInnen und RezipientInnen herzustellen. Auf der Frankfurter Buchmesse präsentiert die *Textbox* Lesungen, Gespräche und Vorträge von AutorInnen und ÜbersetzerInnen des Goldschmidt-Programms sowie Slam-Poetry aus Deutschland und Frankreich.

Diese Art Bühne fasziniert mich und ich möchte am nächsten Tag die Funktionsweise der *Textbox* noch einmal beobachten.

Am 13. Oktober, kurz vor 13.00 Uhr, komme ich rechtzeitig zum Auftritt eines weiteren Slam-Poeten – diesmal mit Kappe, nicht mit Hut: Tobi Kunze heißt er und trägt drei Texte vor. Sechs Leute befinden sich im Publikum, drei davon scheinen mir besonders intensiv zuzuhören (eine davon ist – wie sich kurz danach herausstellen wird – eine weibliche Poetry-Slammerin, die später selbst performen wird). Mir fällt auf, dass die ZuseherInnen kaum Blickkontakt halten, einer bearbeitet z. B. Bilder am Smartphone; trotzdem reagieren sie deutlich auf die Texte. Auch Tobi Kunze versucht, teilweise auch während des

Performens eines Textes, PassantInnen anzulocken. Dabei passiert ihm ein netter Fauxpas: Nach Ende eines Textes möchte er vorbeigehende Messegäste zum Zuhören animieren, indem er sie verbal über das Mikrofon dazu auffordert, doch stehenzubleiben und Kopfhörer aufzusetzen. Erst die amüsierten Reaktionen seines Publikums machen ihm bewusst, dass diese Methode nicht von Erfolg gekrönt sein wird, und er stellt auf gestische Animation um. Einige sind durchaus interessiert, nehmen Blickkontakt auf und reagieren wohlwollend. Ein Passant will partout keine Kopfhörer aufsetzen und verweigert dies weiterhin trotz intensiver und offensiver Aufforderung lächelnd, bleibt aber interessiert in Distanz stehen. Auch bei Tobi Kunze haben die ZuhörerInnen die Möglichkeit, sich Texte aus einer Vorauswahl auszusuchen – interaktive Elemente dürften hier also zum üblichen Prozedere gehören.

Nach Ende dieses Programmpunkts nütze ich die Gelegenheit, Ken Yamamoto an der *Textbox* zu interviewen. Gemeinsam mit Sandra Schmidt und dem französischen Slam-Poeten Maras organisiert und programmiert er nämlich die *Textbox* auf der Frankfurter Buchmesse 2017. Er zeigt sich sehr glücklich mit der Lage und der Akzeptanz ihres Standes generell; im Vergleich mit anderen Bühnen täten ihm diese im Trubel der Buchmesse fast leid. Yamamoto findet, dass bei der *Textbox* der intensivste Kontakt mit den ZuseherInnen herrsche. An den Publikumstagen komme es zu einem deutlichen Anstieg des Publikums.

Auf die Frage nach dem Zweck der *Textbox* auf der FBM antwortet er: *„Wir haben kein Buch, sondern Menschen und Texte, die wir hierher bringen, deshalb kommen wir auf die Frankfurter Buchmesse."* Poetry Slam lebe von der Performance, in gedruckter Form wirkten manche Texte, so Yamamoto, sogar platt oder schlecht. Einen unmittelbar spürbaren Effekt als Konsequenz der Präsenz auf der Buchmesse gebe es nicht, aber die seit mittlerweile dreizehn Jahren praktizierte Idee, an ungewöhnliche Orte zu gehen, führe insgesamt zum Erfolg: So habe es beim letzten Poetry-Slam in Mainz 500 ZuseherInnen gegeben. Ganz ähnlich zu den Messeständen der TV-Sender steckt also auch bei dieser gänzlich anderen Bühne ein PR-Gedanke dahinter.

Dieses Nichtshören bzw. das Ausblenden des Messetrubels hat für mich etwas sehr Anziehendes im Gegensatz zum „Marktschreierischen" anderer, größerer Bühnen – Lautstärke funktioniert letztendlich aber auch, wie für mich die ARD-Bühne beweist, wo der Sound nicht nur laut, sondern auch ausgewogen ist – und so kehre ich noch zwei Mal zur *Textbox* zurück.

Einmal, als am selben Tag Ken Yamamoto seine Texte präsentiert:

Zu Beginn sind acht ZuseherInnen mit Kopfhörern anwesend, im weiteren Verlauf kommen drei weitere dazu. Eine Jugendliche sitzt mit dem Rücken zur *Textbox*, später schreibt sie Facebook-Postings. Ein junger Mann hört Yamamoto zu, lächelt als direkte Reaktion auf einen seiner Texte und schreibt parallel dazu WhatsApp-Nachrichten. Ein anderer Zuseher nickt ständig, als würde er dem Slam-Poeten Recht geben. Im Publikum sehe ich teils ernste, teils offensiv lachende Gesichter. Szene-Insider – wie mir scheint – applaudieren nicht, sondern winken wie in Gebärdensprache.

Ich merke, wie schwer es mir fällt, während der laufenden Performance die Kopfhörer abzunehmen und weiterzugehen. – Wirkt das dem Künstler gegenüber unfreundlich?

Auch am 14. Oktober statte ich der *Textbox* einen kurzen Besuch ab: Der französische Slam-Poet und Co-Kurator der *Textbox*, Maras, fordert gleich zu Beginn um 10.30 Uhr das Laufpublikum gestisch zum Mithören auf; das funktioniert auch: Das Publikum wächst in Kürze von zwei auf acht Personen plus weiteren fünf an, die ohne Kopfhörer stehen bleiben. Vor allem Jugendliche bleiben bei der *Textbox* „hängen". Auch der Kurator Ken Yamamoto fordert außerhalb der Box die PassantInnen aktiv auf, zu bleiben. Die französischen Poetry-Slam-Texte gibt es auf einem hinter der Plexiglaswand befindlichen Bildschirm in Übersetzung zum Mitlesen. Mit aufgesetzten Kopfhörern wird der am Publikumstag noch einmal lautere Hintergrundlärm deutlich gedämpft. Wieder tritt der Performer mit dem Publikum in Interaktion: Es darf wieder über den nächsten Text abgestimmt werden. Maras sitzt jetzt unterhalb der Plexiglasscheibe – für das Publikum nicht mehr sichtbar – beim Laptop, um den Blick auf den Publikumsbildschirm freizugeben. Allerdings fällt der Bildschirm kurz darauf aus, ohne dass der Slam-Poet dies zunächst bemerkt. Manche ZuseherInnen nutzen den Übergang zwischen den Texten und die Unterbrechung des Blickkontakts schließlich zur „Flucht" – vier ZuhörerInnen werden wieder zu PassantInnen.

Die TV-Bühnen und die *Textbox* nehme ich in Summe als Sonderformen der Bühnen auf der Frankfurter Buchmesse 2017 wahr: Beides probiert – kein Vergleich! Soll heißen: Beides funktioniert, aber eben auf jeweils komplett andere Art. So unterschiedlich diese Bühnen nämlich auch sind, halte ich doch beide im Sammelsurium der Messestände für Extremfälle, die ganz offensichtlich eine deutliche Anziehungskraft ausüben. So auch auf mich.

Verwendete Quellen:

Eigene Feldnotizen, Fotos, Videos und mp3-Aufnahmen von der Frankfurter Buchmesse (11. – 14. Oktober 2017)

E-Mail von Irmtraud.Jacobs@hr.de vom 01.12.2017.

https://www.zdf.de/kultur/das-blaue-sofa/ [zuletzt abgerufen am 26.06.2018].

https://www.3sat.de/mediathek/?mode=play&obj=69192 [zuletzt abgerufen am 26.06.2018].

Christian Höller

Austausch von Rechten und Kontakten auf der Frankfurter Buchmesse.
Als Citizen Scientist auf der Frankfurter Buchmesse 2017.

Erst auf den zweiten Blick erschließt sich bei der Frankfurter Buchmesse, einem der wichtigsten Branchenevents weltweit, die für die Buchbranche wichtige Parallelwelt des Handels mit Kontakten, Lizenz- und Übersetzungsrechten sowie von Akteuren bzw. Akteurinnen wie Literaturagenturen, Lektorinnen und Lektoren.

Diesmal mit einem klaren Fokus hinzureisen, verändert meinen Blick auf die Frankfurter Buchmesse stark. Bei früheren Besuchen in den 1990er-Jahren spazierte ich als Buchliebhaber durch die langen Gänge der Hallen, nahm – von persönlichen Interessen geleitet – mal hier, mal da ein Buch aus einem Regal. Im Oktober 2017 betrete ich die Frankfurter Buchmesse als Citizen Scientist des „Inside-Trading-Cultures"-Projektes der Fachhochschule St. Pölten mit dem Auftrag, die Rolle von Handelsmessen im internationalen Buchmarkt zu erforschen. Ich habe einen fachlichen Fokus und die Rechtfertigung, die Akteurinnen und Akteure und ihr Tun an den Ständen zu beobachten, und einen Grund, sie anzusprechen.

Die Präsentation der eigenen Neuerscheinungen an den Verlagsständen zieht anfangs meine Aufmerksamkeit an. Doch als ich beginne, das „teilnehmende Beobachten" durch Ansprechen und Fragenstellen zu ergänzen – „Warum sind Sie hier auf der Buchmesse? Was bringt es Ihnen und Ihrem Verlag?" –, wird mir rasch bewusst, dass die Präsentation der Buchnovitäten nur ein Grund ist, die Verlage jedoch aus vielen weiteren Gründen nach Frankfurt reisen. Hier haben nicht nur Buchverlage Stände gemietet, sondern auch Firmen, Branchen und Personen mit Dienstleistungen und Produkten, die sich vom Buchumfeld Synergien und Geschäfte versprechen. Dieser intermediäre Bereich, Akteure bzw. Akteurinnen wie Literaturagenturen, Übersetzer/innen, Lektor/innen, Illustrator/innen, ziehen im Laufe meines mehrtägigen Besuches verstärkt meine Aufmerksamkeit auf sich. Und dazu auch die Buchmesse als wichtiger Ort für die Überwindung von Kultur- und Sprachgrenzen.

Warum sind Sie auf der Buchmesse?

Große Verlage wie Suhrkamp oder S. Fischer signalisieren Bedeutsamkeit auch durch deren Standgröße. Ihre weitläufigen Stände strahlen Gediegenheit, Geld und Distanz aus. Ihr Personal in – vornehmlich und vornehmer – dunkler Business-Kleidung und abgrenzender Körpersprache verstärkt diesen Eindruck. Der sicher teuer gemietete Platz – übrigens: Keiner von denen, die ich darauf anspreche, will seine Kosten für die Standmiete nennen – wird mit Kalkül genutzt. Etwa um abgeschirmte Besprechungsbereiche für Business-to-Business-Begegnungen zu schaffen, die unmissverständlich nur auf Einladung und mit Termin betreten werden dürfen. Ergänzt durch blickgeschützte Séparées mit Schildern wie „Foreign Rights" und „Presse" an den Türen (etwa beim Suhrkamp-Verlag).

Und die Distanzierung ist erfolgreich, wie mir erst im Nachhinein bewusst wird: Ich spreche vor allem Leute an kleineren Ständen, von kleineren Verlagen an. Sie wirken weniger geschäftig, weniger förmlich – und gesprächswilliger.

Für kleine Verlage ein Existenzbeweis

Für den älteren Herrn eines kleinen geisteswissenschaftlichen Verlages aus Deutschland ist die Präsenz hier in Frankfurt schlicht ein Existenzbeweis: *„Ist man nicht präsent, existiert man nicht mehr."* Ob es was bringt, hier zu sein, blockt er mit einem vagen *„Mal mehr, mal weniger"* ab.

Der Geschäftsführer eines mittelgroßen österreichischen Verlages äußert: *„Ich wäre nicht kreditwürdig, wenn ich nicht in Frankfurt wäre."* Und keiner seiner Autorinnen oder Autoren würde eine Abwesenheit verstehen. Die Buchmesse sei als Kontaktbörse wichtig, auch für Kontakte zur Presse. Wesentliches Kriterium, ob die Buchmesse ein Erfolg gewesen ist, sei für ihn nicht etwa die Anzahl der verteilten Prospekte, sondern die Kontakte sowie daraus entstandene neue Anknüpfungspunkte. Der Stand in Frankfurt sei für ihn daher vor allem eine Marketing-Investition.

Die Buchmesse ist Kommunikationsort, das bestätigt auch die Mitarbeiterin eines Buchgroßhändlers, der Buchhandlungen im deutschsprachigen Raum im Nachtsprung beliefert. Die Präsenz auf der Buchmesse schafft die Gelegenheit, Einkäuferinnen und Einkäufer aus entfernten Ländern wie Neuseeland persönlich zu treffen, was im Normalgeschäft während des Jahres nicht möglich sei.

Immer wieder wird auch bestätigt: Es gibt keinen Buchverkauf an den Buchhandel mehr auf der Buchmesse (etwa dass Buchhandlungen mit „Messerabatt" ordern). Das Wichtigste ist das Dabeisein, das Sehen, was die anderen machen – und das Gesehenwerden (vgl. FN Mühlhauser, 9). Der Stand ist eine Präsentationsfläche und Werbung. Ein Platz, um Kontakte zu knüpfen, wie es eine Buchkünstlerin beschreibt, die mit ihren handgeschriebenen Buchunikaten seit 19 Jahren auf der Frankfurter Buchmesse vertreten ist und sich dafür einen eigenen Stand in Mindestgröße leistet (vgl. FN Bugl, 451).

> „Ich besuche die Frankfurter Buchmesse in erster Linie, weil es für mich wichtig ist, mich mit Menschen aus der Branche zu vernetzen, alte Kontakte mit Leuten in den Verlagen, Autorinnen und Autoren, Illustratorinnen und Illustratoren sowie den Medien wieder aufleben zu lassen und neue zu knüpfen",

bestätigt auch eine weitere Ausstellerin (vgl. FN Lessmann, 107).

Business-to-Business-Parallelwelt

Die Verlagsstände mit den präsentierten Neuerscheinungen sind eher „Visitenkarte", die einen auffindbar machen. Die Branche reist mit gefülltem Terminkalender voll vorweg vereinbarter Business-to-Business-Terminen nach Frankfurt. Und man trifft sich nicht nur an den Ständen, wie immer wieder betont wird, sondern auch an Orten außerhalb der Messe, etwa bei Verlagsevents, oft nur für geladene Gäste. Wesentliches bleibt unzugänglich und unsichtbar für Nicht-Insider. Diese (Parallel-)Welt scheint für die Branche wichtiger zu sein als die bloße Buchnovitätenschau samt Begleitprogramm wie Lesungen und Podiumsgespräche, wie die Buchmesse auf den ersten Blick erscheint.

Und doch wird auf der Buchmesse für den Citizen Scientist, der naiv fragt „Was machen Sie hier?“, vieles erfahrbar, was diese Parallelwelt des Business-to-Business-Bereichs ausmacht. Im Zuhören und Hinsehen werden mir diese Zwischenbereiche, die essentieller Bestandteil des Verlagswesens und für die Entstehung von Büchern unabdingbar sind, bewusst. Berufe und Branchen, die zwischen Autorinnen, Autoren und Verlagen liegen und die Buchbranche prägen – die Welt der Übersetzerinnen und Übersetzer, der Lizenzverhandlungen, der Literaturagenturen, Illustratorinnen und Zeichner sowie der Lektorinnen und Lektoren. Ich beginne mich verstärkt dafür zu interessieren und damit zu befassen.

Sprachgrenzen überwinden, Kulturräume verbinden

Ich beginne meinen Rundgang in Halle 4, wo asiatische Verlage und internationale Verlage mit Schwerpunkt Asien ausstellen. Ein in sich geschlossen wirkender Bereich. Vieles ist hier nur in asiatischen Schriftzeichen angeschrieben – offenbar primär von Menschen aus Asien für Menschen aus Asien. Das japanische Generalkonsulat hat einen Stand, ebenso ein „Japan Foreign Right Center“. Die Buchmesse als Ort, an dem Sprach- und Kulturbarrieren sichtbar und Strategien zu ihrer Überwindung vorgeführt werden. Hier wird Büchern der Weg in fremde Sprachen gebahnt, oft als offizieller Teil der Kulturförderung vieler Staaten.

Der große angloamerikanische Sprachraum scheint da andere Wege zu gehen, erscheint eher als Hegemonialmacht. *„Das ist eine Einbahnstraße, viele Übersetzungen aus dem angloamerikanischen Raum erscheinen am deutschen Buchmarkt, aber wenigen gelingt der umgekehrte Weg“*, beschreibt ein Verlagsleiter aus Österreich seine langjährige Erfahrung. Lizenzen für Auslandsausgaben würden eher nach Osteuropa verkauft.

Eine ähnliche Erfahrung beschreibt auch ein brasilianischer Verleger bei einer Veranstaltung zum brasilianischen Buchmarkt. Dieser sei sehr lokal, aber es gebe eine Menge an Importen und Übersetzungen, mehr als 60 Prozent davon aus dem Englischen (vgl. FN Musik, 427).

Staatliche Förderungen für Übersetzungen

Viele Staaten unterstützen die Übersetzung von Büchern aus ihrem Land in andere Sprachen auch finanziell. Ein österreichischer Verleger, der viele Übersetzungen im Programm hat, nennt beispielsweise Schweden, Portugal, Norwegen, Mexiko und Korea als Staaten, die Fördergelder für Übersetzungen von Büchern aus ihrer Sprache in andere Sprachen vergeben. Die jährliche Auswahl eines Buchmesse-Gastlandes – 2017 Frankreich, 2018 Georgien, 2019 Norwegen – und die damit verbundene erhöhte Aufmerksamkeit wird von diesen Ländern genutzt, um Übersetzungen der eigenen Literatur ins Deutsche zu fördern und die Werke – nun in übersetzter Form –verstärkt in deutschen und österreichischen Verlagen unterzubringen. Laut dem Business Portal Norwegen lässt sich der Staat Norwegen seine Gastland-Präsenz 2019 umgerechnet etwa 1,35 Mio. Euro kosten.[19]

[19] http://www.businessportal-norwegen.com/2017/05/11/gastland-norwegen-zur-buchmesse-2019-das-groesste-kulturevent-alles-zeiten/ [abgerufen am 9.5.2018]

Kritisch angemerkt wird, dass es eine solche Förderung durch den Staat Deutschland nicht gebe: Die Verlagsleiterin eines nichtdeutschsprachigen Kinder- und Jugendbuchverlages erzählt, dass es besonders im Young-Adult-Bereich schwierig, weil riskant sei, Lizenzen aus dem deutschen Ausland zu erwerben, da es in Deutschland keine Übersetzungsförderungen gebe und man als Verlag auf den Erfolg eines Titels angewiesen sei (vgl. FN Riener, 211). Andererseits relativiert ein Verleger aus Österreich: Staatliche finanzielle Unterstützung sei zwar hilfreich, aber nie der einzige Grund für eine Übersetzung.

Verschiedene Wege zu Übersetzungen

Gefragt, wie Verlage denn fremdsprachige Autorinnen und Autoren für Übersetzungen auswählen, wird erklärt, das geschehe über Agenturen, und oft seien es auch Übersetzerinnen und Übersetzer, die Bücher empfehlen. Es sei durchaus auch für kleinere, weniger finanzkräftige Verlage möglich, bei begehrten Titeln den Zuschlag für Übersetzungsrechte zu erhalten. Etwa bei den Übersetzungsrechten des Romans „Schweigen“ des Japaners Shusaku Endo, als bereits bekannt war, dass das Buch vom bekannten Regisseur Martin Scorsese verfilmt werden würde. Hier erhielt ein kleiner österreichischer Verlag den Zuschlag, weil er sich verpflichtete, auch weitere Bücher von Shusaku Endo ins Verlagsprogramm aufzunehmen und ins Deutsche zu übersetzen. Mitunter ist es das interessantere Gesamtpaket, das kleinere Verlage ins Geschäft bringt.

Manchen Staaten geht es nicht nur darum, Bücher des eigenen Sprachkreises durch Übersetzungen in andere Sprachen zugänglich zu machen, sondern mitunter auch darum, die Präsenz der eigenen Sprache zu fördern. Das wird deutlich im Gespräch mit dem chinesischen Kinderbuchautor Cao Wenxuan, dem diesjährigen Gewinner des Hans-Christian-Andersen-Preises auf der Kids Stage in Halle 3.0., seiner Dolmetscherin und zwei weiteren Chinesinnen auf der Bühne, die Englisch sprechen. Mit der Übersetzung von Wenxuans Büchern soll nicht nur die chinesische Kultur einem westeuropäischen Publikum nähergebracht werden, sondern wird auch eine Zusammenarbeit mit Sprachinstituten gesucht, um nicht nur die chinesische Literatur, sondern auch die chinesische Sprache in Europa besser zu verankern (vgl. FN Bugl, 203).

Übersetzungsförderung in vielen Staaten

Der Kinderbuchbereich scheint besonders gut dafür geeignet, Kultur- und Sprachgrenzen zu überwinden.

Halle 3, auf dem Übersichtsplan als „Children’s and Young Adult Media Area“ bezeichnet, beherbergt großteils deutschsprachige Kinder- und Jugendbuchverlage. Aber auch internationale Kinder- & Jugendbuchstände sind vertreten. Ein Stand des Irans präsentiert hier prominent Infomaterial über die iranische Verlagsförderung für Foreign Publishers. Viele Titel liegen auf Englisch auf – allerdings oft nur grob und fehlerhaft übersetzt. Teilweise wurde auch nur ein englischsprachiges Cover über die arabische Ausgabe gestülpt. Eine Standmitarbeiterin erläutert, dass sich hier Literaturagenturen, die jeweils mehrere Verlage vertreten, den Stand teilen würden. Für beinahe alle Titel lägen Übersetzungs-Drafts in Englisch, teilweise auch in anderen Sprachen auf. Bei Interesse stellen die hier vertretenen Agenturen Kontakte zu einzelnen Verlagen her.

Auch bei südamerikanischen Staaten in den Hallen 5 und 6 ist Ähnliches zu beobachten. Am Stand von Brasilien liegen vereinzelt Übersetzungen, vor allem von Kinder- und

Jugendbüchern, auf. Am kleinen Uruguay-Stand füllen „Books-from-Uruguay“-Folder die Regale des Standes. Die Initiative „Books from Uruguay“ wurde demnach 2012 gegründet, mit dem Ziel, uruguayische Literatur am internationalen Markt zu promoten. Dieser Folder enthält neben Titeln aus verschiedenen Genres auch Informationen zu Übersetzungsförderungen.

Am Stand von Rumänien sind die Regale nach Genres eingeteilt und es fällt auf, dass die Genrebezeichnungen auf Deutsch angeschrieben sind. Bücher aus rumänischen Verlagen, die in deutschsprachigen Verlagen erschienen sind, liegen auf. Mehrere Kataloge werden am Stand prominent präsentiert, wie der „Romanian Children’s Books Guide“ der Illustratorengesellschaft, Contemporary Literature for Beginners sowie Bücher aus Rumänien, ins Deutsche übersetzt vom rumänischen Kulturministerium.

Beim estnischen Gemeinschaftsstand in Halle 6 fällt auf, dass bei manchen Titeln Kärtchen eingelegt sind, auf denen zu lesen ist, welche Nationen schon Rechte dafür gekauft haben. Dies solle internationalen Interessenten als Orientierungshilfe dienen, erklärt eine Vertreterin des Zentrums für Kinder- & Jugendliteratur in Estland. Auf dem Gemeinschaftsstand sind hier ausschließlich Institutionen vertreten, die für einzelne Sparten der Nationalliteratur zuständig sind, keine Verlage oder Agenturen. In Estland würden Lizenzen immer direkt über die Autorinnen und Autoren vergeben, erzählt die Gesprächspartnerin. Sie führe in Vertretung der jeweiligen Schriftstellerinnen und Schriftsteller Gespräche mit internationalen Verlagen und vermittle bei Interesse Kontakte. Sie macht auf Verlagsförderungen des estnischen Staates aufmerksam, um die ansuchen könne, wer estnische Titel in einer anderen Sprache publizieren will (vgl. FN Riener, 111).

Diesen Buchaustausch über Sprachgrenzen hinweg unterstützt auch das IPR (licence trading) System, eine Lizenzplattform der Frankfurter Buchmesse. Verlage listen dort Titel, die potentiell eine Chance auf internationalen Verkauf haben: https://iprlicense.com/ (vgl. FN Musik, 425).

Eine Person eines kleinen österreichischen Verlages, der mit Ministandgröße vertreten ist, führt aus, einen Stand zu haben, lohne sich vor allem für Lizenzgespräche. Vor allem für Kunden aus Deutschland und Asien, die an Rechten für Paperback-Ausgaben und Übersetzungen interessiert sind (vgl. FN Mühlhauser, 71). Auch Taschenbuchlizenzen von Hardcover-Büchern würden auf der Buchmesse verhandelt, bestätigt eine andere Gesprächspartnerin aus einem kleineren Verlag.

Agenturen als Mittler

Man kennt die Geschichten von Autoren und Autorinnen, die ihr Manuskript an dutzende Verlage schicken und nur Absagen erhalten. An dieser Schnittstelle arbeiten Literaturagenturen. Im deutschen Sprachraum seien sie lange traditionell vor allem in der Schweiz beheimatet gewesen, weil etablierte, von Juden geleitete Agenturen in den 1930er-Jahren vor dem nationalsozialistischen Regime dorthin emigrieren mussten, erzählt der Mitarbeiter eines kleinen deutschen Verlages. Im angloamerikanischen Raum sind diese Agenturen seit langem prominent etabliert. In den letzten zwei bis drei Jahrzehnten wurden auch in Deutschland verstärkt Literaturagenturen gegründet.

Dieser Szene räumt die Frankfurter Buchmesse mit dem „Literary Agents & Scouts Centre“ (LitAg) breiten Raum ein. Hier, in Halle 6.3, haben nur Leute mit Akkreditierung Zutritt. Es sind laut Buchmessen-Website mehr als 300 Agenturen mit über 600 registrierten Agent/innen aus über 30 Ländern vertreten. An mehr als 400 Tischen finden Gespräche und Rechteverhandlungen statt, werden Kontakte geknüpft und gepflegt, wie mir erzählt wird. Als „Citizen Scientist“ habe ich keinen Zutritt. Eine Buchung im LitAg umfasst einen reservierten Tisch mit vier Stühlen und Firmenschild sowie der nötigen ergänzenden Infrastruktur. Hier schließen Vertreterinnen und Vertreter von Agenturen und Verlagen sowie Lektorinnen und Lektoren Geschäfte ab.

Am Stand eines kleinen deutschen Verlages erzählt mir ein Verlagsvertreter von der Arbeit der Literaturagenturen. Sie erhalten 15 Prozent von den Einnahmen der Autorinnen und Autoren. Als Gegenleistung sucht die Agentur kooperationswillige Verlage, berät bei Vermarktung, etwa bei der Erstellung professioneller Leseproben.

Die Arbeit von Literaturagenturen

Der „mediacampus“ Frankfurt (die ehem. „Deutsche Buchhändlerschule“) hat in Halle 4.1 ein „Azu-bis-tro“ eingerichtet, mit einer kleinen Bühne, auf der Fachgespräche und Lesungen stattfinden. Hier verfolge ich ein Bühnengespräch eines Literaturagenten mit einer -agentin der Agentur Copywrite aus Frankfurt. Georg Simader hat die Agentur gegründet. Er hat eine typische Gründerkarriere durchlaufen: Er ist seit 20 Jahren in der Buchbranche, war Buchhändler, gründete einen Kleinverlag, war Lektor und Pressebetreuer beim renommierten Eichborn-Verlag. So lernte er die Branche und viele darin aktive Leute gut kennen und gründete 1999 die Literaturagentur „Copywrite“ (www.copywrite.de). Seine junge Kollegin Caterina Kirsten, mit der er sich die Bühne teilt, hat eine geradlinige schulisch-universitäre Ausbildung gemacht und kam über ein Volontariat in die Agentur. Eine Agentur und auch einzelne Literaturagenten brauchen einen USP, betonen beide. Bei „Copywrite“ teilen sich die fünf Mitarbeitenden Themenfelder nach Lesevorlieben. Interessante Manuskripte werden aktiv gesucht. Frau Kirsten ist auf Gegenwartsliteratur spezialisiert. Sie besucht Wettbewerbe, liest auf der Suche nach interessanten Texten Literaturzeitschriften sowie Debutromane von Kleinverlagen. Kollege Felix Rudloff, der Sachbücher betreut, nimmt mitunter Artikel in Zeitungen als Anregung für eine Buchidee, spricht Journalist/innen, die zu interessanten Themen arbeiten, an.

Die Hauptaufgabe von Literaturagenturen ist es, Kontakte zu Verlagen und Lektoren/Lektorinnen zu pflegen – sie sind Vermittler bzw. Puffer zwischen Lektor/in und Autor/in: Manuskripte an Verlage vermitteln, Verträge ausverhandeln, Ansprechperson für Autorinnen und Autoren der Agentur sein, etwa bei finanziellen Sorgen, Schreibblockaden. Sie übernehmen Büroarbeit und Abrechnungen, Gelddinge, Rechteverhandlungen – etwa über Film- oder Übersetzungsrechte –, machen mitunter auch Vorlektorat für Texte und helfen dabei, langfristige Strategien zu entwickeln und Karrieren zu planen.

Im Jahr würden sie etwa 800 bis 1.000 Manuskripte erhalten, so Simader. Bei fünf bis zehn davon würden sie dann mehr anfordern, würden mit einem interessanten Autor telefonieren – eine Minute Gespräch ergebe schon einen sehr guten Eindruck. Autoren,

deren Betreuung sie übernehmen, hätten eine 90-prozentige Veröffentlichungschance, behauptet Simader. Als Gegenleistung erhält die Agentur 15 Prozent der Einnahmen.

Auf der Buchmesse seien Agenturen vor allem da, um Lektor/innen zu treffen und Projekte unterzubringen. Es sei wichtig, die Leute aus den Verlagen immer wieder persönlich zu treffen, im Gespräch zu bleiben.

Auf der Deutschlandfunk-Bühne steht Karin Graf, Literaturagentin aus Berlin, bei einer Veranstaltung mit dem Titel „Mehr als Literatur: AgentIn sein 2017“ Rede und Antwort. Einer ihrer Autoren ist Robert Menasse, der diesjährige Gewinner des Deutschen Buchpreises. Für sie sei eine Hauptaufgabe das Beobachten von Märkten und Strömungen. Hier auf der Buchmesse sei für sie nach wie vor das Thema „Neuerscheinungen“ aufregend (vgl. FN Musik, 470).

Die konzentrierte Präsenz der Buchbranche nutzen

Auch andere Berufsgruppen suchen die geballte Präsenz der Verlage hier zu nutzen, um Kontakte zu pflegen und Geschäftsbeziehungen aufzubauen. So stoße ich in Halle 3.0 auf den Stand „Verband der Freien Lektorinnen und Lektoren (VfLL) e.V.“ (www.vfll.de), den Berufsverband für freiberuflich arbeitende Lektorinnen und Lektoren im deutschen Sprachraum. Neben bei Verlagen angestellten Lektoren/Lektorinnen gibt es auch viele „Freie LektorInnen“. Lektorinnen und Lektoren bringen Texte in lesbare Form und in korrektes Deutsch. Sie sind z. T. spezialisiert auf bestimmte Textarten. Es sei Vereinbarungssache, wie weit sie in Texte – auch inhaltlich – eingreifen, erklärt mir die Frau am Stand.

Die Buchmesse erleichtert auch jungen Illustratorinnen/Illustratoren und Gestalterinnen/Gestalten den Kontakt zur Verlagsbranche. Beim Gang durch die Messehallen fallen mir immer wieder, speziell an Ständen von Kunst- und Kinderbuchverlagen wie dem Nord-Süd-Verlag oder der Ars-edition, diszipliniert aufgereihte Menschenschlangen auf. Meist junge Menschen, mit Mappen unter dem Arm, die Verlagsmitarbeiterinnen und Verlagsmitarbeitern ihre Zeichnungen und Entwürfe präsentieren.

Auch der Berufsverband für Illustratorinnen/Illustratoren in Deutschland, „Illustrationen Organisation e.V.“ (www.io-home.org), hat hier einen Stand. Er bietet seinen über 1.500 Mitgliedern fachliche, juristische und versicherungstechnische Unterstützung und vertritt deren Interessen als Kreativschaffende und Urheber. Info-Broschüren für Illustratorinnen/Illustratoren liegen auf. Mitglieder werden bei der Gestaltung von Präsentationsmappen beraten, Termine für Mappenpräsentationen bei Verlagen hängen am Stand aus. Auch Verlage würden gezielt zum Stand kommen und nach Tipps fragen, wenn sie Illustratorinnen/Illustratoren suchen, erzählt die junge Frau, die gerade den Stand betreut.

Es zeigt sich: Es lohnt sich, sich einer Handelsmesse wie der Frankfurter Buchmesse und den Akteurinnen und Akteuren an den Ständen mit offenem Interesse und nachfragender Neugier anzunähern. Und wer über das einfache und naheliegende Interesse an der ausgestellten Ware, also den Büchern, hinausgeht, dringt Stück für Stück in einen Kosmos unterschiedlichster Geschäftsanbahnungen einer vielschichtigen Branche vor und merkt:

Gar nicht so dominant, wie es anfangs den Anschein hat, stehen die bereits gedruckten Bücher – und hier fast ausschließlich aktualitätsbezogen das Verlagsprogramm des letzten Jahres – im Mittelpunkt. Sondern die auf zukünftige Buch- und Verlagsprojekte gerichtete Kontaktanbahnung und -pflege, der Informationsaustausch, das Kennenlernen – alles vermutlich unabdingbare Voraussetzungen und Zeichen für die Vitalität einer Handelsmesse und der dort präsenten Branche.

Magdalena Riener

FBM international – die ganze Welt auf der Frankfurter Buchmesse

Die Frankfurter Buchmesse wird in der Publishing-Branche als das weltweit größte und wichtigste Event des Jahres gesehen, deren Bedeutung für den internationalen Buchmarkt nicht nur von der Messeorganisation selbst immer wieder bekräftigt wird. Demnach, so geht es aus den Zahlen eines 2017 veröffentlichten Folders über die FBM 2016 hervor[20], ist auch der Anteil an internationalen Ausstellern sehr hoch: Mit 4 721 Ausstellern bildet diese Gruppe einen Anteil von 66 % der Gesamtanzahl an handelnden Teilnehmern[21]. Der folgende Beitrag soll sich mit dem Auftritt und der Präsentation internationaler Aussteller auf der Frankfurter Buchmesse 2017 beschäftigen. Da der Fokus des Projekts auf dem individuellen Erleben von uns Mitforschenden liegt, werde ich nun versuchen, darüber einen Eindruck aus teilnehmender Perspektive zu vermitteln und verschiedenste Aspekte herauszuarbeiten, die sich mir persönlich an der Präsentation internationaler Aussteller hervorgetan haben.

Mein erster Eindruck von der Buchmesse war von dem hohen Anteil an deutschsprachigen Ausstellern geprägt, womit ich ob des ständigen Beteuerns der internationalen Bedeutung der Frankfurter Buchmesse nicht gerechnet habe. (Ich habe meinen Besuch zugegebenermaßen in Halle 3 begonnen, in der wahrscheinlich die meisten deutschsprachigen Aussteller vertreten sind, dennoch hielt sich mein Eindruck über den gesamten Besuch hinweg aufrecht.) Wie den bereits oben genannten Zahlen entnommen werden kann, ist zwar der Anteil an internationalen Austellern mit zwei Dritteln der Gesamtaustellerzahl sehr hoch; es ist allerdings stark anzuzweifeln, ob dies als repräsentativer Anteil des allgemeinen internationalen Buchmarktes gesehen werden kann. Der Anteil an deutschen Ausstellern scheint daher auf der Frankfurter Buchmesse überrepräsentativ hoch zu sein, was vermutlich der Standort in Deutschland bedingt. Interessant wäre es an dieser Stelle noch, zwischen deutschen und deutschsprachigen Ausstellern zu differenzieren, um herauszufinden, ob z. B. Schweizer oder österreichische Verlage auch überrepräsentativ vertreten sind bzw. wie sich deren zahlenmäßiges Verhältnis zu deutschen Teilnehmern verhält.

Ein Phänomen, anhand dessen mir zuerst die internationale Präsenz an der Buchmesse aufgefallen ist, sind die nationalen Gemeinschaftsstände, an denen verschiedenste Verlage in unterschiedlichen Formen und Ausprägungen ihre Titel ausstellen (lassen). Aufgrund dessen möchte ich gleich zu Beginn eine aufschlussreiche Erkenntnis schildern, die mit dem österreichischen Gemeinschaftsstand und dessen Bedeutung zu tun hat. Aus einem Gespräch mit einem österreichischen Verleger erfuhr ich, dass sein Verlag bewusst nicht am österreichischen Gemeinschaftsstand positioniert worden sei, da es auf dem Buchmarkt nicht erstrebenswert sei, als österreichisch wahrgenommen zu werden. Eine mögliche Interpretation dieser Aussage wäre, dass auf dem Buchmarkt (zumindest im Falle Österreichs) ein übergeordnetes Verständnis einer Nation herrscht, also auch in diesem

[20] https://www.book-fair.com/pdf/buchmesse/fbm_2017_facts_figures_de.pdf

[21] Der Begriff Teilnehmer wird in diesem Beitrag synonym zu Aussteller verwendet und umfasst sowohl weibliche als auch männliche Agierende; also den aktiven, handelnden Part der MesseteilnehmerInnen.

Bereich nationale Stereotypen gebildet werden. Laut dem von mir befragten Verleger ist der selbstständige Auftritt seines Verlages auch durch Gründe räumlicher und strategischer Positionierung gegeben (sein Stand befand sich z. B. zwischen zwei großen deutschen Verlagen, die auch programmatische Ähnlichkeit aufweisen). Österreich befindet sich in dieser Hinsicht sicherlich in einer gesonderten Situation. So handelt es sich zwar um ein deutschsprachiges Land, es ist aber, was z. B. den Buchabsatz oder die Verlagslandschaft betrifft, weitaus weniger bedeutsam als das Gastgeberland Deutschland. Dennoch konnte ich auch einige andere internationale Verlage entdecken, die sich aus verschiedensten Gründen außerhalb des nationalen Gemeinschaftsstandes positionierten. Abgrenzung von nationalen Stereotypen mag somit nur ein Grund unter vielen für internationale Verlage sein, sich eine autonome Positionierung ihres Standes auf der Messe zu suchen. Ein genaueres Untersuchen der unterschiedlichen Beweggründe dafür wäre sicherlich durchaus aufschlussreich, vor allem ob des meist beträchtlicheren finanziellen Mehraufwandes eines separaten Standes.

Obwohl sich einige internationale Verlage von den nationalen Gemeinschaftsständen distanziert positionieren, bieten die meisten nationalen Gemeinschaftsstände dennoch eine Übersicht über die Verlagslandschaft und das Buchmarktgeschehen der einzelnen Länder. Ich habe mich deshalb in den internationalen Hallen (Halle 5 & 6) umgesehen, um mir ein genaueres Bild über diese Gemeinschaftsstände zu machen. Mich interessierten dabei vor allem der Aufbau und die inhaltliche Gliederung der einzelnen Stände sowie die Rolle der Sprache(n) an den einzelnen Ständen.

Eine der ersten Feststellungen war, dass bei beinahe allen internationalen Gemeinschaftsständen der Name des ausstellenden Landes auf Englisch angegeben war. Vereinzelt konnte ich auch zusätzlich den Ländernamen in der jeweiligen Nationalsprache oder auch auf Deutsch wahrnehmen, wie z. B. bei Russland, was mutmaßlich mit der Verwendung der kyrillischen Schrift zu tun haben könnte. Als Ausnahme stach bei dieser Feststellung der kroatische Gemeinschaftsstand heraus, der als einziger Stand die Länderbezeichnung ausschließlich auf Deutsch angeführt hatte. Durch die Präsenz der englischen Sprache wurde für mich der Fokus auf den internationalen Handel der Buchmesse verstärkt. Die Tatsache, dass der kroatische Gemeinschaftsstand diese scheinbar ungeschriebene Abmachung nicht wahrnimmt, fand ich sehr spannend und es wäre sicherlich reizvoll gewesen, ein Gespräch mit dem/der Verantwortlichen zu führen, was sich aber leider nicht ergeben hat.

Nachdem ich bei der Ausschilderung der einzelnen Stände schon Unterschiede wahrnahm, was den Einsatz von Sprachen betraf, nahm ich mir auch vor, die Inhalte der Stände selbst, also einzelne Bücher oder Infomaterialien, genauer zu betrachten.

Die Gestaltung der einzelnen Gemeinschaftsstände erwies sich als durchaus unterschiedlich. Weitgehend wurde dabei aber auf die Verwendung von kulturellen oder nationalen Symbolen verzichtet. Teilweise wurden die Landesfarben für die Gestaltung der Stände verwendet, in manchen Fällen dezenter (z. B. Russland, wo die Standwände und -pfeiler etc. in Rot gehalten waren, einzelne blaue Akzente gesetzt wurden und die Schrift – teilweise kyrillisch – am Stand weiß war) und in anderen Fällen auffälliger (wie z. B. am österreichischen Gemeinschaftsstand, der, wie Andreas Gebesmair (Zeile 19-20) peinlich

berührt in seinen Feldnotizen festhielt, in ein rotweißrotes Banner gehüllt war). Gelegentlich konnte ich auch andere dezente nationalkulturelle Symbole beobachten, wie beispielsweise orientalisch anmutende Ornamente auf dem in Türkis gehaltenen Stand des Irans. Es scheint daher ein allgemeines Anliegen auf den internationalen Gemeinschaftsständen der Buchmesse zu sein, Nationalromantik und Stereotypisierung zu vermeiden.

Einen Aspekt, den ich hinsichtlich der Gestaltung der Stände auch genauer beobachtet habe, war die jeweilige Gliederung oder Einteilung der Stände. Diese war in den meisten Fällen durch die Beschriftung der einzelnen Regale sehr gut ersichtlich. Bei manchen Länderständen, wie z. B. dem kroatischen, den ich mir aufgrund der deutschen Beschriftung natürlich genauer ansah, war hingegen keine Beschriftung der Regale gegeben. Durch eine detailliertere Inspektion der Titel stellte ich jedoch fest, dass die einzelnen Titel nach Genres geordnet waren. Besonders verwundert war ich darüber, nur eine einzige deutsche Übersetzung vorgefunden zu haben und nur vereinzelt englische Übersetzungen, da ich aufgrund der deutschen Standbeschilderung mit einer stärkeren Präsenz der deutschen Sprache bzw. allgemein von Fremdsprachen gerechnet hätte.

Die meisten Stände waren entweder nach Verlagen oder nach Genres eingeteilt. Es gab aber auch Mischformen wie z. B. den chilenischen Stand, auf dem zwei unterschiedliche Kategorisierungssysteme verwendet wurden (Genres & Verlage) und sogar noch ein zusätzliches Regal, beschildert mit „books from chile“, in welchem ausschließlich Übersetzungen chilenischer Titel auflagen. Die Genrebezeichnungen waren meist in englischer Sprache angegeben. Einen Ausnahmefall bot hier der rumänische Stand, an dem die Genrebezeichnungen auf Deutsch angegeben waren und sogar ein eigenes Regal mit deutschen Übersetzungen aufgestellt war. Bei all jenen Übersetzungen, die an dieser Stelle angeführt waren, handelte es sich um Titel aus der jeweiligen Nation, deren Lizenz an einen fremdsprachigen Verlag verkauft wurde. So waren im deutschen Übersetzungsregal des rumänischen Standes verschiedene deutsche Verlage vertreten, die übersetzte rumänische Originaltitel herausgegeben haben. Aber auch bei vielen anderen Länderständen konnte ich eigene Regale mit Übersetzungen in verschiedensten Sprachen aufliegen sehen, wobei englische und deutsche am häufigsten anzutreffen waren. Für mich als Besucherin war dies auf alle Fälle ein anregender Service, da ich so zumindest einen bruchstückhaften Eindruck von den jeweiligen Nationalliteraturen erhielt, der mir ansonsten aufgrund einer sprachlichen Barriere verwehrt geblieben wäre. So stellte sich für mich die Frage, wie im internationalen Lizenzhandel auf der Buchmesse mit solchen sprachlichen Barrieren umgegangen wird.

Zumindest eine Antwort darauf erhielt ich beim iranischen Kinderbuch-Gemeinschaftsstand in der Halle 3.0. Dieser Stand war an sich eine Besonderheit, da es sich um den einzigen (von mir wahrgenommenen) nationalen Gemeinschaftsstand in dieser Halle handelte, die ansonsten vor allem deutsche Kinder- und Jugendbuchverlage beheimatete. Vereinzelt befanden sich zwar in den Randbereichen internationale Stände aus dem Bereich „Kinder- und Jugendbuch“ (Verlage, Hersteller …); Gemeinschaftsstände konnte ich diesem Bereich aber sonst keine entdecken. Am iranischen Stand stach mir vor allen Dingen das Infomaterial über die iranische Verlagsförderung für Foreign Publishers ins Auge. Diese Broschüren lagen auf beiden Seiten des mittelgroßen Standes sehr

präsent auf. Auch viele Buchtitel waren auf Englisch aufgelegt: Beim genaueren Betrachten der einzelnen Titel wurde ersichtlich, dass diese nur grob und fehlerhaft übersetzt worden waren, teilweise waren auch nur englischsprachige Cover über die arabischen Ausgaben gestülpt worden. Im Gespräch mit einer Standmitarbeiterin hat sich herausgestellt, dass verschiedene Literaturagenturen am Stand vertreten waren (jeweils in Stellvertretung für einen Cluster an Verlagen). Als ich sie auf die Übersetzungen ansprach, erklärte sie, dass für beinahe alle Titel Übersetzungs-Drafts in zumindest Englisch, teilweise aber auch in mehreren Sprachen parat seien und manche Agenturen sogar englische Ausstellungsstücke verwendeten. Erst nach diesem Gespräch fiel mir auf, dass tatsächlich verschiedene Bereiche am Stand zumindest geringfügig unterschiedlich gestaltet waren, da eben unterschiedliche Agenturen für die einzelnen Bereiche zuständig waren. Übersetzungen der arabischen Titel lagen z. B. nur in einem Teilbereich auf. Um erfolgreich Lizenzen zu verkaufen, werden also bereits im Vorhinein Übersetzungsentwürfe vorbereitet, um den jeweiligen Interessenten einen Eindruck vermitteln zu können. Dies führt mich zu der Überlegung, dass für manche Verleger (z. B. englischsprachige, da die englische Sprache beinahe überall vorausgesetzt werden kann) der Lizenzhandel müheloser vonstattengeht als für andere, da es einen erheblichen Mehraufwand darstellt, solche Entwürfe zu erstellen bzw. entscheiden zu müssen, für welche Titel diese Entwürfe gestaltet werden sollen und für welche nicht.

In diesem Kontext sind auch Förderungen für Übersetzungen aufschlussreich, worüber ich zahlreiche Infomaterialien von unterschiedlichsten Nationen finden konnte. Diese Broschüren oder teilweise ganzen Kataloge, die auch bereits unzählige, zur Übersetzung stehende Titel bereithalten, waren meist sehr präsent am Stand positioniert, um, so meine Annahme, Interessenten geradewegs ins Auge zu fallen und auch Vorbeigehende zur Entnahme anzuregen. In den verschiedenen Materialien befanden sich die Auflagen, Anweisungen und Kontaktdaten der einzelnen Nationen, um sich für Übersetzungsförderungen qualifizieren zu können, sowie ein Überblick über bereits realisierte Projekte. Aus diesen Projekten geht hervor, dass einzelne Verlage oft mehrere Titel der jeweiligen Nation im Programm haben, so habe ich z. B. im iranischen Grant Programme viele Titel, die über mehrere Jahre verteilt im britischen Tiny-owl-Verlag erschienen sind, gefunden. Das lässt darauf schließen, dass es oftmals durch einen Titel zu einer langjährigen Kooperation zwischen Verlagen kommen und die Frankfurter Buchmesse ein wichtiger Umschlagplatz für solche Projekte sein kann.

Zuletzt möchte ich noch darauf eingehen, wie sich internationale Verlage auf der Buchmesse präsentieren. Am Beginn dieses Beitrags habe ich bereits erwähnt, dass sich einige Verlage bewusst außerhalb des nationalen Gemeinschaftsstandes positionieren und dass dies wohl aus verschiedensten Gründen passiert. Deshalb möchte ich mich nun denjenigen Häusern widmen, die auf den Gemeinschaftsständen vertreten sind. Da die Einteilung der Gemeinschaftsstände auf unterschiedliche Arten und Weisen erfolgt, liegt es nahe, dass es auch vielfältige Möglichkeiten für Verlage gibt, sich im Rahmen dieser Stände auf der Frankfurter Buchmesse zu zeigen. Eine häufige Methode war es, den einzelnen Verlagen schlicht die Gelegenheit zu bieten, im Rahmen eines Regals oder ähnlicher Möglichkeiten aufzutreten. Oftmals waren ganze Gemeinschaftsstände in einzelne Verlage gegliedert. Anhand der Anzahl an Standmitarbeitern war aber ersichtlich,

dass nicht für jeden Verlag eine Vertreterin oder ein Vertreter anwesend war. Hier stellt sich die Frage, ob verlagsunabhängige Mitarbeiter Geschäfte führten oder aber gewisse Verbände oder Zusammenschlüsse im Vorhinein gebildet wurden. Auf vielen Gemeinschaftsständen waren auch Publishers Associations oder Literary Agencies angeführt, die für einen ausgewiesenen Cluster an Verlagen zuständig waren. In dieser Hinsicht besonders interessant empfand ich den estnischen Gemeinschaftsstand: Aus dem Gespräch mit einer Vertreterin des estnischen Zentrums für Kinder- und Jugendliteratur ging hervor, dass auf dem Gemeinschaftsstand ausschließlich übergreifende Institutionen, wie z. B. das oben genannte Zentrum für Kinder- und Jugendliteratur, anwesend waren, die für einzelne Sparten der Nationalliteratur zuständig sind – also keine Verlage oder Agenturen, die die einzelnen AutorInnen vertreten, da in Estland Lizenzen immer direkt über die AutorInnen vergeben werden. So ist es Aufgabe der einzelnen VertreterInnen, Gespräche mit internationalen Verlagen zu führen und bei Interesse Kontakte zu den jeweiligen AutorInnen zu vermitteln. Daraus schließe ich, dass für derartige VertreterInnen auch die Vor- und Nacharbeit der Messe einen wichtigen Faktor darstellt. Da ich zahlreiche Associations oder Agencies auf den internationalen Gemeinschaftsständen beobachten konnte, dürfte dies ein beliebter Weg für viele Verlage sein, an der Messe teilzuhaben, besonders im internationalen Bereich.

Die Frankfurter Buchmesse ist also ein bedeutender Umschlagplatz für viele internationale Teilnehmer, die sich in den unterschiedlichsten Formen präsentieren. Ein überrepräsentativ hoher Anteil dieser internationalen Teilnehmer scheint dennoch aus der bundesdeutschen Verlagslandschaft zu kommen. In diesem Zusammenhang wäre es durchaus interessant, genauer zu analysieren, wie sich die Menge an anderen deutschsprachigen Ausstellern (z. B. aus Österreich oder der Schweiz) im Vergleich dazu verhält. Obwohl es für einige Aussteller aus unterschiedlichsten Gründen – deren ausführlichere Untersuchung gewiss zu weiteren aufschlussreichen Erkenntnissen führen würde – wichtig ist, sich unabhängig der Herkunftsnation zu positionieren, bieten die Ländergemeinschaftsstände dennoch eine attraktive Möglichkeit, auf der Messe vertreten zu sein. Durch eine genauere Analyse dieser Gemeinschaftsstände lassen sich unterschiedlichsten Strategien, aber auch viele Gemeinsamkeiten feststellen, auf welche Art und Weise die internationalen Teilnehmer erfolgreich Handel treiben. Beispielsweise wird weitgehend auf Nationalromantik und eklatante, stereotype Nationalsymbole verzichtet. Einen zentralen Aspekt stellt in diesem Kontext aber Sprache dar, da mutuale Intelligibilität (dt.: gegenseitige bzw. wechselseitige Verständlichkeit) eine essentielle Voraussetzung für erfolgreichen Handel, vor allen Dingen mit Texten und Literatur, ist. Übersetzungen, Übersetzungsentwürfe sowie Infomaterialien für Übersetzungsförderungen scheinen eine wesentliche Rolle auf der Buchmesse zu spielen und werden vielfältig eingesetzt. Ein wichtiges Bindeglied stellt auf alle Fälle die englische Sprache dar, was sich in den Standbeschriftungen, den Infomaterialien und den aufliegenden Übersetzungen/Entwürfen der internationalen Aussteller zeigt, wenngleich sich auch teilweise in der sprachlichen Repräsentation eine Hinwendung zum Gastgeberland Deutschland zeigt. In dieser Hinsicht ergibt sich ein deutlicher Mehraufwand für nichtenglischsprachige Aussteller. Englischsprachigen Verlagen wird jedoch dadurch der Lizenzhandel erleichtert. Durch diese diversen, unterschiedlich ausgeführten Aspekte wird ersichtlich, dass sich einzelne Aussteller intensiv mit ihrer

Außenwirkung auf der Frankfurter Buchmesse auseinandersetzen, woraus sich der internationale Stellenwert der Frankfurter Buchmesse ableiten lässt.

Annemarie Bugl

Die wunderbare Welt des schönen Buches. Buchkunst und Digitalisierung.

Einstieg

Meine Teilnahme am Citizen-Science-Projekt „Inside Trading Cultures“ des Institutes für Medienwirtschaft der FH St. Pölten ermöglichte mir einen Besuch der Frankfurter Buchmesse 2017. Ich habe mich schon immer für Bücher interessiert und diese auch als Kunstobjekte wahrgenommen. Nun hatte ich Gelegenheit, während der Fachbesuchertage im Rahmen ethnographischer Feldforschung der Frage, ob die Buchkunst, das schöne Buch in einer digitalisierten Welt bestehen kann, nachzugehen.

Um mich in meinem Beobachtungsfeld zu orientieren, mache ich zu allererst einen Rundgang durch die Hallen. Internationale Verlage wie Penguin-Random-House zeigen schon auf Grund ihres Platzangebotes Dominanz. Ganze Länder präsentieren sich auf teilweise aufwendig eingerichteten Ausstellungsflächen. Daneben gibt es verschwindend kleine Stände von Universitätsverlagen aus aller Welt und viele kleine Einzelstände von unbekannten, unabhängigen und sehr engagierten Verlagen, die zu entdecken sich lohnt. Und so bin ich beim Erstkontakt mit meinem Forschungsfeld –

> „[m]ehr als 7.100 Aussteller aus rund 100 Ländern präsentieren […] auf knapp 170.000 m² Ausstellungsfläche über 400.000 Buchtitel, Landkarten, Manuskripte und Grafiken sowie digitale Medien wie Hörbücher und E-Books.“ [22]

– zunächst einmal von der schieren Menge des Angebotes überwältigt. Außerdem wird jedes Jahr die Buchproduktion und die Kultur eines Gastlandes präsentiert. 2017 ist es Frankreich.

Mein erster Eindruck: Überall dominiert das Buch in gedruckter Form. Die Geschichte der Frankfurter Buchmesse ist ja eng mit der revolutionären Erfindung des Buchdrucks durch den aus Mainz stammenden Johannes Gutenberg verknüpft. Nach dem Handschriftenhandel entwickelte sich Frankfurt seit Ende des 15. Jahrhunderts zum Umschlags- und Messeort für gedruckte Bücher. Die Bedeutung der Frankfurter Buchmesse hat über die Jahrhunderte hinweg einige Veränderungen erlebt. Heute hat sie sich zur weltweit größten Buchmesse entwickelt. Am Stand des Gutenberg-Museums, das zu den ältesten Druckmuseen der Welt gehört, gibt es Druckvorführungen an der Gutenberg-Presse. Und auch im Bereich des Gastlandes Frankreich ist eine Druckmaschine aufgebaut. Unter dem Motto „Hier drucken die Autoren“ legen diese selbst Hand an, um die ersten Seiten ihres Buches zu drucken. Eine deutliche Referenz an die Geschichtsträchtigkeit dieses Ortes.

Einblicke: Die Welt des schönen Buches

In der Halle 4.1 scheint dann der Hotspot des schönen Buches zu liegen. Ich entdecke die Endausscheidung für den „The Beauty & The Book Award“ im hinteren Bereich dieser Halle. Seit 2014 richtet die Frankfurter Buchmesse zusammen mit der Stiftung Buchkunst diesen Preis aus, der mir schon im Vorfeld bei meinen Internet-Recherchen über die

[22] https://www.messen.de/de/10211/frankfurt-am-main/frankfurter-buchmesse/info [26.06.2018].

Buchmesse aufgefallen ist. Auf der Website kann jede/r „ihr“ bzw. „sein“ schönstes Buch zum Wettbewerb einreichen. Der Spruch „Don’t judge a book by its cover“ gilt hier nicht. Es handelt sich um einen Publikumspreis, da sowohl für die Einreichungen als auch für die Preisentscheidung keine Institution, sondern das Publikum verantwortlich ist. Hier auf der Messe stellen sich nun die zehn Titel mit den meisten Stimmen aus zehn Kategorien (von allgemeiner Literatur über Koch- und Kunstbuch bis Kinderbuch) dem Publikum. Gewählt wird durch das Einwerfen kleiner weißer Schaumstoffkugeln in dafür vorgesehene Plexiglaszylinder. Den MacherInnen des Siegerbuches wird dann auf der Buchmesse der internationale Publikumspreis „The Beauty & The Book Award“ verliehen. Es ist also kein unbedeutendes Voting. Immerhin gab es 2016 über 600 Einreichungen und 150.000 Votes, die Wirkung zeigten.

> „Dieser Preis mit seiner Reichweite bei den Buchkäufern ist ein tolles Marketing-Tool für Verlage. Und er zeigt, wie viel Aufmerksamkeit Bücher über den Faktor Design erhalten‘, so Markus Gogolin, Direktor Strategisches Marketing der Frankfurter Buchmesse.“[23]

Ich werfe also – wie viele andere MessebesucherInnen – auch ein Schaumstoffkügelchen in einen Plexiglaszylinder, denn jede Stimme zählt.

Ich befinde mich im großzügigen Bereich der Stiftung Buchkunst. Diese wurde 1966 gegründet, hat ihren Sitz in Frankfurt am Main und unterhält außerdem ein Büro in Leipzig. Die Träger dieser Stiftung sind der Börsenverein des Deutschen Buchhandels, die Deutsche Nationalbibliothek und die Städte Frankfurt am Main und Leipzig. Gefördert wird die Stiftung vom Land Hessen. Eine ihrer Aufgaben ist es, die deutsche Buchherstellung kritisch zu begleiten. „Das Gebrauchsbuch steht dabei im Mittelpunkt.“[24] Es geht um die Umsetzung der „vielfältigen ästhetischen wie funktionalen Ansprüche, die an Bücher gestellt werden, und um die gelungene Verbindung von Inhalt und Form.“[25]

Die Stiftung Buchkunst hält jedes Jahr drei bedeutende Wettbewerbe ab. Es wird ein „Förderpreis für junge Buchgestaltung“ vergeben, weiters werden „Die schönsten deutschen Bücher“ sowie „Die schönsten Bücher aus aller Welt“ gekürt, wobei der letztere, internationale Wettbewerb in Leipzig stattfindet. Für den Wettbewerb „Die schönsten deutschen Bücher“ werden aus über 700 eingereichten Büchern von einer Fachjury aus Mitgliedern des Börsenvereins des deutschen Buchhandels, der Deutschen Nationalbibliothek, der Stadt Frankfurt und der Stadt Leipzig 180 für die Longlist ausgewählt, von denen 68 Bücher auf die Shortlist kommen. Je fünf Bücher werden in folgenden Kategorien prämiert: allgemeine Literatur, Wissenschaft und Sachbuch, Ratgeber, Kinder- und Jugendbuch sowie Kunstbücher und Ausstellungskataloge. Eines dieser prämierten Bücher erhält den Preis der Stiftung Buchkunst. Dabei handelt es sich um einen Verlagspreis. Im Ausstellungsbereich der Stiftung Buchkunst habe ich Gelegenheit, sowohl die prämierten Bücher der Long- und Shortlist „Die schönsten deutschen Bücher“ als auch die in Leipzig prämierten, internationalen Bücher anzusehen.

[23] https://www.buchmesse.de/fbmsite/de/fbm/presse/pressemitteilungen/03169/ [26.06.2018].
[24] http://www.stiftung-buchkunst.de/de/stiftung-buchkunst/ueber-die-stiftung.html [26.06.2018].
[25] https://de.wikipedia.org/wiki/Stiftung_Buchkunst [26.06.2018].

„Die Ergebnisse dieser Wettbewerbe setzen Orientierungspunkte und verfolgen seismografisch neue Entwicklungen. Die Vielzahl junger Preisträger unterstreicht die Offenheit der Wettbewerbe für Innovation, ohne dabei den Bezug zur langen Buchtradition zu verlieren."

Der Bereich der Stiftung Buchkunst bietet sich, mit ausreichend Tischen und Bänken ausgestattet, als Kommunikationsort an. Dem Programm entnehme ich, dass hier Gespräche mit HerstellungsleiterInnen, AutorInnen und IllustratorInnen geführt werden. Bei einem dieser Gespräche, das die Geschäftsführerin der Stiftung Buchkunst mit der Herstellungsleiterin der Edition Büchergilde und einem jungen Autor und Illustrator, dessen Buch von der Stiftung Buchkunst prämiert wurde, führt, bekomme ich Einblicke in die vielen Schritte, die zur Durchführung eines Buchprojektes notwendig sind. Bei dem konkreten Beispiel handelt es sich um die Umsetzung einer Diplomarbeit in ein markttaugliches Buch. Die verwendeten Materialien werden so ausgewählt, dass Inhalt und Form übereinstimmen, von der Einbandgestaltung bis zur Auswahl des Papiers. Ich beobachte großes Interesse an diesem Gespräch. Viele junge Frauen haben sich eingefunden, um die Ausführungen trotz Störgeräuschen von einer Veranstaltung auf der angrenzenden „THE ARTS+"-Bühne aufmerksam zu verfolgen.

Von der Stiftung Buchkunst werden auch Rundgänge durch die Buchmesse angeboten und so nutze ich diese Gelegenheit. Die Geschäftsführerin der Stiftung Buchkunst beginnt ihre Tour beim Verlag Hermann Schmidt. Die Verlagsleiterin präsentiert das Buch „Vom Blatt zum Blättern", mit dem man AutorInnen und GestalterInnen die vielfältigen Herstellungsmöglichkeiten unter ästhetischen, aber auch ökonomischen Aspekten näherbringen will. Da dieses Buch selbst die verschiedenen Bindeverfahren präsentieren sollte, stellte es seine HerstellerInnen auf eine harte Probe. Großes Augenmerk wird zudem auf das haptische Erlebnis durch ein Buch gelegt. Das Resultat kann als gelungen betrachtet werden, denn dieses Buch gehört zu den prämierten des Wettbewerbs „Die schönsten deutschen Bücher". Bei unserem Rundgang treffen wir noch auf weitere Verlage, die sich besonders um das schöne Buch verdient machen, wie z. B. den Hatje-Cantz-Verlag mit einem prämierten Buch in der Kategorie „Kunst- und Fotobuch" oder die Edition Büchergilde mit einem prämierten Buch in der Kategorie „Allgemeine Literatur". Neben bekannten großen Verlagshäusern, deren Bücher in unterschiedlichen Kategorien prämiert wurden, wie z. B. Rowohlt, Suhrkamp, Carl Hanser, Diogenes etc., existieren viele kleine, unabhängige Verlage, die sich besonders um „schöne" Bücher als Gegenpol zur digitalen Entwicklung bemühen. Bei Gesprächen mit VerlagsvertreterInnen, bei der Durchsicht der Websites und des Prospektmaterials fällt mir auf, dass hinter den kleinen Verlagen immer großes persönliches Engagement steht. So beschreibt sich der Verlag „Das kulturelle Gedächtnis", dessen Motto *„Mit List, nicht mit Kraft"* heißt, als ein Projekt der Teilhabe. *„Von stillen Teilhabern und tätlichen Helfern unterstützt"*, werden sechs bis acht nicht nur wichtige, sondern auch schöne Bücher im Jahr, *„mit Sorgfalt und Phantasie gesetzt, gebunden und mit einem Kopffarbschnitt versehen"*, herausgegeben.[26] Sorgfalt und Phantasie sind die Schlüsselwörter für viele dieser kleinen Verlage. Es entstehen außergewöhnliche Buchprojekte aus Bereichen wie Architektur, Kunst, Fotografie und

[26] http://daskulturellegedaechtnis.de/verlag/ [26.06.2016]

Literatur, die nicht auf Masse ausgerichtet sind. *„Im Fokus steht das Besondere, Auffallende und auch gestalterisch Interessante."* Es entstehen Bücher, *„mit viel Herzblut gestaltet"*, die *„kleine Schmuckstücke"* sind, wie der Büro-Wilhelm-Verlag" beschreibt.[27] Dabei spielt die Zusammenarbeit mit GraphikerInnen, IllustratorInnen und KünstlerInnen eine wesentliche Rolle. Manchmal gründen diese eigene Verlage, wie z. B. den Reprodukt-Verlag. Drei junge Illustratoren begannen damit, ihre eigenen Graphic Novels herauszugeben. Mittlerweile veröffentlichen sie auch internationale Werke aus diesem Genre. Bei Starfruit Publications sind die Bücher selbst Kunstobjekte – Seiten müssen aufgeschnitten werden und je nach Schnittführung verändert sich das Foto, das Geschehen, der Rhythmus des Buches. Diese kleinen, aber feinen Verlage begnügen sich meist mit Ständen der Mindestgröße. Viele ihrer RepräsentantInnen versichern, dass ein Auftritt bei dieser Messe extrem wichtig, wenn nicht sogar existenzsichernd sei. Dabei geht es heute nicht mehr so sehr um Geschäftsabschlüsse, sondern um Kontakte, die an diesem Ort neu geknüpft oder vertieft werden, die für kleine Verlage wichtig und teilweise sogar richtungsweisend sein können. Sei es der Kontakt mit ÜbersetzerInnen, mit IllustratorInnen – viele Verlage bieten eigene Sprechstunden für IllustratorInnen an – oder mit Kollegen und Kolleginnen, alles trifft sich in Frankfurt. Hier werden neue Projekte angedacht, besprochen und später wird das fertige Buch oder die Buchreihe vorgestellt. So stellte z. B. der Wieser-Verlag aus Klagenfurt die ersten sechs Bände der Reihe „Europa erlesen" 1997 auf der Frankfurter Buchmesse vor. Seither ist diese Reihe auf etwa 200 Bände angewachsen. Das Besondere daran ist, dass es sich um literarische Reiseführer handelt, die ohne Bilder funktionieren. Außerdem *„zeichnen sich diese handlichen Büchlein durch ihre Ausstattung aus: sie sind edel gebunden, mit Lesebändchen und Goldprägung, wahre Kleinodien".*[28] Was als Wagnis begonnen hatte, wurde zu einer Erfolgsgeschichte.

Im Dunstkreis des schönen Buches fallen mir unterschiedlichste Stände auf, die mit der Buchherstellung zu tun haben, z. B. Firmen, die verschiedenste Einbandmaterialien präsentieren, wobei auf das Haptische und das Geruchserlebnis hingewiesen und auf Nachhaltigkeit gesetzt wird. Eine Kollegin entdeckt eine österreichische Druckerei, die ein umweltverträgliches Buchdruckverfahren vorstellt[29]. Das sogenannte *„Cradle-to-Cradle"*-Verfahren verbindet Nachhaltigkeit und Innovation. Es wird ausschließlich mit Substanzen gedruckt, die wieder in den biologischen Kreislauf rückgeführt werden können[30]. Ein Bereich der Messe fällt mir besonders auf, der eher einer Kunstmesse gleicht. Hier haben BuchkünstlerInnen eigene Stände, um sich einem Fachpublikum zu präsentieren. Bei manchen Exponaten handelt es sich auch um handgeschriebene Einzelstücke. Hier schließt sich der Kreis. Wir sind wieder beim Handschriftenhandel.

Ausblicke: Das Buch und die Digitalisierung

Gleich im Anschluss an die Stiftung Buchkunst beginnt ein Bereich ganz anderer Art. Das Objekt „Buch" spielt hier keine zentrale Rolle. „THE ARTS+" wurde 2016 von Holger Volland und der Medienunternehmerin Christiane zu Salm gegründet und versteht sich

[27] http://www.buero-wilhelm.de/verlag/ueber-den-verlag/ [26.06.2016]
[28] Lojze Wieser „Im dreißigsten Jahr", Wieser Verlag, 2017, Seite 92
[29] Protokoll Erika Lessmann, Zeile 36-37
[30] https://www.gugler.at/print/nachhaltigkeit/cradle-to-cradletm-druckprodukte-innovation-aus-oesterreich.html [26.06.2018]

seither als Festival für die Digitalisierung des Kreativ- und Kultursektors. Der Auftritt auf der Frankfurter Buchmesse wird von ALDUS, dem Netzwerk der Europäischen Buchmessen, organisiert und von dem *„Creative Europe Programme of the European Union" gefördert.* Auf 3000 m² präsentieren 54 AusstellerInnen und ihre MedienpartnerInnen innovative Projekte.

> „Hier dreht sich alles um die Themen Digitalisierung, Kreativität und Gesellschaft. Kulturinstitutionen, Verlage, Technologieunternehmen, digitale Vordenker und kreative Köpfe analysieren […] gegenwärtige Trends und diskutieren über die Zukunft der Kultur- und Kreativbranchen. Ergänzend können die Besucher des Areals auf der Ausstellungsfläche innovative Exponate live erleben und ausprobieren".[31]

Ich beobachte MessebesucherInnen, die in der Virtual Reality mittels 3-D-Brillen durch Venedigs Kanäle düsen, während sie im echten Leben auf bunt bemalten Ringelspielpferdchen ruckeln. Von Maschinen generierte Kunst wird vorgestellt. Daneben zeigen

> „Museen wie das Van Gogh Museum, das Munch Museum, das Städel Museum, das ZKM | Zentrum für Kunst und Medien, aber auch die SCHIRN KUNSTHALLE FRANKFURT, welche digitalen Formate die heutige und künftige Ausstellungs- und Kunstvermittlungsarbeit prägen. Institutionen wie Google Arts & Culture, Europeana und das documenta-Archiv zeigen, wie Erzeugnisse der bildenden, darstellenden oder angewandten Kunst für die Nachwelt in digitalen Medien festgehalten werden können".[31]

Mit großformatigen Videowalls wird die Gratis-App „Google Arts & Culture" beworben und eine Repräsentantin des Mediengiganten erklärt mir, dass sich dieses Projekt nicht als Konkurrenz zu Ausstellungskatalogen empfinde, sondern als zeitgemäße Ergänzung. Mit der App könne man auf Bildmaterial zu Kunstschätzen auf der ganzen Welt zugreifen. Sie biete auch Interviews und Hintergrundinformation zu KünstlerInnen. Es handle sich dabei um eine weltweite Zusammenarbeit von Museen. (Aus Österreich seien 15 Museen, wie z. B. das Belvedere, die Albertina, das Kunsthistorische Museum beteiligt.)

Neben innovativen Technologien findet man im Bereich der Buchmesse immer noch einige Hörbuchverlage, obwohl hier die Verkaufszahlen rückläufig sind. DVDs scheinen sich bereits überholt zu haben. Was auffällt: Gerade im Kinderzimmer halten neue Technologien rasant Einzug. Es gibt neue Formen der Abspielgeräte, wie eine Kollegin beobachtet.[32] Dazu gehören z. B. Tonies, bei denen es sich um quadratische Abspielboxen handelt. Hörspiele können über WLAN aus der Tonie-Cloud heruntergeladen werden. Ähnlich funktioniert die Tiger-Box. Hier können 1000 Titel mittels Handys heruntergeladen und über Bluetooth auf das Gerät übertragen werden. Die Bedienung ist kinderleicht. Auch der „Deutsche Kindersoftware-Preis 2017 Tommi", der auf der Kids-Stage der Buchmesse vergeben wird, zielt darauf ab, die Kompetenz der Kinder im Umgang mit neuen Medien schon früh zu fördern. In ganz Deutschland standen die eingereichten PC-Spiele, Apps und das elektronische Spielzeug Kindern in Bibliotheken zur Verfügung und wurden dort

[31] https://www.buchmesse.de/fbmsite/de/fbm/presse/pressemitteilungen/03267/
[32] Protokoll Erika Lessmann, Zeile 34-35.

von ihnen getestet und bewertet. Alle eingereichten Spiele zielen auf einen Lerneffekt ab. Es wird auch ein Sonderpreis für Spiele für Kindergarten und Vorschule vergeben. Die Kinder der Jury, die nun hier auf der Frankfurter Buchmesse die Preise überreichen, geben kurze Statements ab und ich finde ihre Bewertungen sehr klug, z. B. wurden Apps als kostengünstiger angesehen als Spiele, für die man sich eigene Spielkonsolen anschaffen muss. Zwei von drei prämierten Apps leiten sich von Kinderbüchern ab, hier kommen also wieder Bücher ins Spiel.

Ein Blick in die Zukunft

Der Börsenverein des deutschen Buchhandels stellt in seiner Aussendung „Buch und Buchhandel in Zahlen 2017" fest, dass Buchkäufe in den letzten zehn Jahren rückläufig sind, dabei aber die wichtigsten Umsatzbringer für den deutschen Buchhandel das Hard- und Softcover sind. Die besondere Aufmerksamkeit, die der Buchgestaltung beigemessen wird, wie ich sie gerade hier auf der Frankfurter Buchmesse beobachte, trägt wohl Früchte. Die meisten Verlagshäuser tragen den neuen digitalen Entwicklungen Rechnung, und bieten viele Bücher als E-Books zum Herunterladen an. Das führte allerdings zu einem Rückgang der Marktanteile des Taschenbuches. *„*[U]*nterhaltsames, kurzlebiges Lesefutter"* wird eher als E-Book konsumiert. Weiters stellt der Börsenverein fest, dass

> „'[d]ie Gesamtanzahl der von den deutschen Buchverlagen produzierten Titel […] 2016 den niedrigsten Wert der vergangenen zehn Jahre erreicht' hat. Die meisten Novitäten erscheinen immer noch im Bereich Belletristik. Eine wichtige Position bei den Neuerscheinungen und Erstauflagen nimmt das Kinder- und Jugendbuch ein. ‚Dieses Segment spielt bei der Titelproduktion heute eine größere Rolle als noch vor einigen Jahren', was auch am steigenden Umsatz abzulesen ist."[33]

Das alles spielt sich vor dem Hintergrund großer Umbrüche durch die Konkurrenz neuer digitaler Medien und einer damit einhergehenden Änderung des Konsumverhaltens ab. Wie ich feststellen konnte, sollen ja gerade Kinder schon sehr früh an neue Medien und Technologien herangeführt werden und damit werden sich wohl die Akzeptanz und der Gebrauch von Büchern verändern. Eine Kollegin macht auf eine Statistik aufmerksam, wonach zurzeit immerhin noch 80 % der befragten SchülerInnen für eine Verwendung von E-Books zusammen mit gedruckten Büchern sind.[34]

Bei der Buchmesse in Frankfurt geht es nicht nur um die Präsentation von AusstellerInnen aus allen Bereichen der Buchbranche und des Medienwesens, hier treffen sich auch WegbereiterInnen für Innovationen und digitale Weiterentwicklungen, um die Zukunft der Branche im digitalen Zeitalter zu sichern. Die wichtigsten Fragen sind: Wie werden LeserInnen in einem immer größer werdenden Freizeitangebot zurückgewonnen? Liegt die Zukunft in der Nutzung möglichst komfortabler Plattformen, um mit speziellen Apps zwischen E-Books und physischen Büchern wechseln zu können? Oder wird sich der Büchermarkt vom gedruckten Buch loslösen? Und nicht zuletzt sollte ein Thema nicht

[33] Buch und Buchhandel in Zahlen 2017, Börsenverein des dt. Buchhandels; Umsätze nach Editionsformen und Warengruppen, Seite 4; Buchproduktion in Deutschland, Seite 5f.

[34] Protokoll Renate Wittmann, Zeile 27-29.

vergessen werden: Welche zuverlässigen Speichermedien für unser Wissen gibt es? Auf diesem Gebiet hat sich das Buch über Jahrtausende bewährt.

Um Antworten auf diese Fragen wird auch bei zukünftigen Buchmessen gerungen werden. Es wird darum gehen, innovative Technologien und Visionen für eine digitale Zukunft zu fördern, um weltweit auf Wissen und Information zugreifen zu können. Und es wird auch darum gehen, die publizistische und künstlerische Vielfalt zu erhalten. Dafür sorgen viele kleine Verlage, die abseits des Mainstreams bemerkenswerte Bücher in kleinen Auflagen herausbringen, manchmal mit eigenen Offset-Druckmaschinen, immer mit großem persönlichem Engagement, überzeugt davon, dass ein Buch in gedruckter Form, das man angreifen, das man riechen, das man spüren kann, einfach mehr ist als sein Inhalt.

Erika Lessmann

Im Fokus: Kinderliteratur

1. Warum Kinderliteratur?

Im Februar 2017 erfolgte der Aufruf in Radio Niederösterreich, dass sich Personen, die sich für Bücher interessieren, bei der FH St. Pölten bewerben sollen, um im Rahmen eines ethnographischen Feldforschungsprojektes die Frankfurter Buchmesse zu besuchen. Als Laie und erstmaliger Besucher[35] sollte man seine Eindrücke und Beobachtungen wiedergeben. Da ich schon seit ca. zwanzig Jahren als Bibliothekarin tätig bin und seit 2013 die Leitung der Stadtbücherei Melk mit über 12.000 Medien übernommen habe, war es für mich sehr verlockend, mich für dieses Projekt zu melden. Ich hatte vor Jahren schon einmal die Buchmesse in Leipzig besucht und war damals von dieser Publikumsmesse überwältigt gewesen. Nach Frankfurt hatte ich mich noch nie gewagt, sagt man doch, diese Messe sei für Privatbesucher zu groß und zu unübersichtlich und es sei unmöglich, in dieser Zeit in Frankfurt ein Quartier zu erschwinglichen Preisen zu bekommen.

Der erste Tag auf der Frankfurter Buchmesse wird mir in Erinnerung bleiben, denn wie ein Kleinkind war ich glücklich und aufgeregt von einer Halle zur anderen gewandert und hatte staunend das Angebot an Büchern aus aller Welt bewundert und auf den Bühnen der Fernsehsender ZDF, arte und 3sat die Diskussionen mit und über die Bücher der erfolgreichsten und bekanntesten Autoren verfolgt. Noch nie zuvor war ich dem Literaturgeschehen so nahe gewesen. Am ersten Abend zählte mein Smartphone 17.500 Schritte. Naturgemäß interessiert man sich für die Bereiche, die man schon gut kennt, und so war es neben dem unüberschaubaren großen Angebot an Belletristik vor allem die Kinderliteratur, die meine Aufmerksamkeit erregte.

Im Folgenden erläutere ich, wie das Thema „Kinderliteratur“ auf der Buchmesse präsentiert wird. Eine wichtige Informationsquelle sind die Gespräche mit Verlegern, die im zweiten Abschnitt beschrieben werden. Danach folgen ein Überblick über die (Kinder-)Medienlandschaft und weitere Gespräche mit Akteuren des Kinder- und Jugendliteratur-(KJL-)Betriebes. Eine andere Perspektive bot der von mir besuchte Rundgang mit den „Bücherfrauen“. Dieser führte mich zu vier besonders erfolgreichen Frauen, die auch im KJL-Bereich tätig sind und ihre neuesten Bücher bzw. „Bestseller“ vorstellten.

Als Beispiel für die Themenvielfalt berichte ich über den Verlauf einer Podiumsdiskussion mit dem Schwerpunkt „Krieg und Flucht“. Dabei lernte ich neue Facetten über den (nicht vorhandenen) KJ-Literaturmarkt in arabischsprachigen Ländern kennen. Den Abschluss meines Berichtes bildet die Präsentation der Sieger des Deutschen Jugendliteraturpreises 2017.

2. Gespräche mit Verlegern aus deutschsprachigen Kleinverlagen

Mein erster Weg führt mich in die Halle zu den Kinderbuchverlagen aus deutschsprachigen Ländern, wo es mir gelingt, an den ruhigeren Fachbesuchertagen mit dem einen und anderen Verlagsvertreter zu sprechen.

[35] Alle Bezeichnungen sind geschlechtsneutral zu verstehen.

Die österreichischen Kinderbuchverlage präsentieren sich in der Halle 3. Sie sind zumeist in kleinen Kojen untergebracht und man ist mit nur wenigen Schritten auch schon wieder am Stand vorbei. In der Koje gibt es wenig Platz, meist einen Tisch mit ein bis zwei Stühlen. Die bekanntesten und erfolgreichsten (Bilder-)Bücher und Longseller werden frontal aufgestellt mit der Coverseite präsentiert und springen direkt ins Auge. Die Verlagsmitarbeiter sind freundlich und an den Fachbesuchertagen auch gerne zu einem Gespräch bereit. Sie kommen kaum aus ihren Kojen heraus und haben Geschäftstermine im Halbstundentakt. Im Laufe der Woche kann man bei ihnen eine zunehmende Müdigkeit beobachten. Sie beantworten zuvorkommend meine Fragen.

Zur Bedeutung der Messe halten sie fest, dass es enorm wichtig für sie sei, dabei zu sein, denn *„wer nicht da ist, ist tot“* (wörtliches Zitat eines Verlagsvertreters). Die Pflege der Geschäftsbeziehungen, das Feedback die eigenen Medien betreffend und das Networking stünden im Vordergrund.

Zu Geschäftsabschlüssen erzählen sie, dass mit bereits bestehenden Kunden im Zeitalter des Internets nur mehr vereinzelt Geschäfte direkt auf der Messe abgeschlossen würden. Man treffe aber ausländische Verlagsvertreter zu Gesprächen.

Wird man als Kleinverlag neben den großen überhaupt wahrgenommen?

Die Frage wird mehrheitlich mit Ja beantwortet. In unmittelbarer Nähe der großen Verlage schenkt man auch den kleineren Verlagen mehr Beachtung. Ein ursprünglich in Salzburg angesiedelter Kinder- und Jugendverlag hat seine relativ große und geräumige Koje ganz bewusst am Hallenrand gewählt. Hier könne man zwar ein wenig abseits, aber dafür in aller Ruhe Gespräche führen, so der Tenor des Verlagsvertreters. Das hochwertig illustrierte und mittlerweile international bekannte Bilderbuchprogramm kann hier zur Gänze präsentiert werden. Es gibt ausreichend Sitzplätze für Besucher und am Stand ist auch eine Illustratorin anwesend.

Ein Schweizer Verlag, der auch im Kinder- und Jugendbuchsegment recht erfolgreich vertreten ist, hat seinen Stand ganz bewusst nicht in Halle 3 gewählt, weil seinen Medien für Kinder und Jugendliche in der Leseinsel der unabhängigen Verlage erhöhte Aufmerksamkeit entgegengebracht wird.

Eine Frage, die gerne überhört und de facto von keinem meiner Gesprächspartner beantwortet wird, ist jene nach den Kosten und der Rentabilität der Messestände bzw. Kojen. Darüber schweigt man übereinstimmend und so manche nette Plauderei ist mit dieser Frage schlagartig beendet.

In Halle 3 sind unübersehbar auch die großen „Player“ der Branche mit riesigen Aufbauten und Ständen vertreten, welche die Besucher regelrecht anziehen. So gibt es z. B. beeindruckende, riesige und somit weithin sichtbare Aufbauten, die Figuren aus bekannten Kinderbuchreihen darstellen, z. B. ein typisches, rotes Schwedenhaus mit einem „wandelnden Baum“, ein Stelzengeher in einem Baumkostüm mit ausladenden Ästen, der an den Besuchertagen nicht nur von Kindern bestaunt und verfolgt wird und es somit geschickt versteht, die Besucher immer wieder in die Nähe des Verlagsstandes zu bringen.

Weiters gibt es rund um die Stände der Großverlage dicke Teppiche, die automatisch die Schritte verlangsamen. Meist stehen mehrere, äußerst hübsche, junge Frauen für

Auskünfte aller Art zur Verfügung und versorgen die Interessenten gerne mit Informationsmaterialien. Ein eigenes Catering sorgt für Fingerfood und Getränke, erhöht somit die allgemeine Aufenthaltsdauer und sorgt im Trubel der Messe für einen gewissen Wohlfühlfaktor.

3. Medien für Kinder

Im Bereich der Kinder- und Jugendbuchmedien werden hauptsächlich Bücher ausgestellt. Bei einem einzigen Verlag werden DVDs für Kinder präsentiert. Es handelt sich dabei um Buchverfilmungen einer berühmten schwedischen Kinderbuchautorin, also sogenannte Klassiker der KJL.

CDs sind bei den dafür spezialisierten Hörbuchverlagen zu finden. Ein unabhängiger deutscher Hörbuchverlag mit dem Schwerpunkt auf Kinder- und Jugendhörbüchern, im Jahr 2000 von zwei Frauen gegründet, nimmt regelmäßig an Fachmessen teil. Der Verlag, der zu den Hörbuchverlagen mit den meisten Auszeichnungen in diesem Bereich zählt, präsentiert seinen Bestand samt Highlights aus dem aktuellen Angebot an Hörbüchern in einer großen Koje mit Sitzgelegenheiten und Abspielstationen. Der Andrang an Besuchern hält sich an allen Tagen meiner Einschätzung nach in Grenzen.

Grund dafür dürfte der Stand von *Tonies* sein, der von Kindern regelrecht gestürmt wird. Mit *Tonies*, dem digitalen Audiosystem für Kinder, ist eine Neuerung im Kinderzimmer angekommen. Das Bedienkonzept ist einfach: Es gibt eine Abspielstation, die sogenannte „Toniebox“, und Datenträger, die „Tonies“ – Nachbauten der berühmten Schleichfiguren, also sehr echt wirkende Kinderbuchfiguren, in denen ein NFC-Chip steckt. Beim Aufsetzen der Hörfiguren erkennt die Box den Tonie und weiß, was sie abspielen soll. Der Preis einer Toniebox mit einer Figur liegt bei 80€. Jede weitere Kinderbuchfigur, die sich auch zum Spielen eignet, kostet ca. 15 €. Es gibt auch die sogenannten „Kreativ-Tonies“, die man mit selbst aufgenommenen Geschichten bespielen kann. Bereits Zweijährige können das Gerät theoretisch benützen und dass weder das Gerät noch die Tonträger – im Vergleich zu anderen Abspielgeräten – leicht zu beschädigen sind, eröffnet Verkaufspotential gerade bei den Eltern von Kleinkindern. Im Dezember 2017 herrscht aufgrund des Weihnachtsgeschäftes ein derartiger Ansturm auf die Tonies, dass laut den Firmengründern die Abspielgeräte ausverkauft sind und man mit der Produktion nicht Schritt halten kann; insgesamt werden 2017 145.000 Boxen verkauft[36].

In unmittelbarer Nähe befindet sich auch der Informationsstand der Firma Tiger Media GmbH. Mit ihrer Tigerbox**,** einem Bluetooth-Multifunktions-Lautsprecher in Holzoptik mit Trageschlaufe, präsentieren auch sie ein neues, innovatives Audiosystem für Kinder um 35 €. Weiters im Angebot ist ein spezielles Kindertablet, welches Zugang zu mehr als 2.500 interaktiven Büchern und E-Books ermöglicht. Der Preis beträgt 130 €.

Neu auf dem Kinderbuchmarkt sind auch die „biologischen“ Bücher der Firma Gugler, beheimatet im niederösterreichischen Melk. Die im innovativen „Cradle-to-Cradle[37]-

[36] https://www.lead-digital.de/tonie-erfolgstoene-im-kinderzimmer/?utm_source=newsletter-redaktion&utm_campaign=mai-ling&utm_medium=teaserbutton [abgerufen am 09.05.2018].

[37] Cradle-to-Cradle-Verfahren bedeutet kurz gesagt „von der Wiege bis zur Wiege“ siehe auch http://www.gp-award.com/produkte/die-cradle-cradle-zertifizierung [abgerufen am 09.05.2018]

Verfahren“ („C2C“) klimapositiv hergestellten Bücher sind Teil eines biologischen Kreislaufes.

> „Die strengen C2C-Kriterien werden bei der Papierauswahl ebenso beachtet wie bei der Qualität der Druckfarben. Für den Druck wird selbstverständlich nur Ökostrom eingesetzt und auch der verantwortungsvolle Umgang mit allen weiteren Umweltaspekten gehört zum Standard“,

so lautet der Werbetext des Verlages. Da die im C2C-Verfahren hergestellten Bücher keinerlei giftige Inhaltsstoffe enthalten, können diese auch von Kindern bedenkenlos in den Mund gesteckt und theoretisch sogar „verzehrt“ werden. Im Gegensatz zu den meisten in Fernost produzierten Kinderbüchern, die aus illegal geschlägertem Holz und mit jeder Menge bedenklicher Chemikalien versehen sind und außerdem zu unfairen Bedingungen hergestellt werden, sind diese Bücher gesundheitlich unbedenklich. Dank einer Kooperation mit einem großen deutschen Verlag sind die Bücher, eine Reihe von Tierbüchern für Kleinstkinder, nun auch auf der Frankfurter Buchmesse einem breiteren Publikum bekannt.

4. Die Bücherfrauen

Zufällig komme ich dank einer Kollegin in den Genuss eines Messerundganges mit den „Bücherfrauen“. Das Branchennetzwerk der Bücherfrauen, 1990 nach dem Vorbild der englischen „Women in Publishing“ (WiP) als Verein gegründet, bündelt die Interessen von mittlerweile 900 Frauen, die alle rund ums Buch, z. B. als Verlagsfrauen, Buchhändlerinnen, Bibliothekarinnen oder Übersetzerinnen tätig sind. In speziellen Mentoring-Programmen werden weibliche Nachwuchskräfte, sogenannte Mentees, ein Jahr lang von einer Mentorin, also einer erfahrenen Bücherfrau, begleitet.

Am Rundgang „Bücherfrauen gehen in Führung“ nehmen neben jungen, interessierten Besucherinnen auch einige Mentees teil, eine ältere Teilnehmerin kommt aus Litauen. Wir treffen auf vier „gestandene“ Frauen, die den Weg nach oben in der männerdominierten Bücherbranche geschafft haben. In einem Bericht[38] auf der Website der Bücherfrauen geben Katharina Schmidt und Barbara Neeb diesbezüglich anschaulich einige Einblicke, z. B. über die Karriere der Verlagsleiterin der Kinder- und Jugendbuchsparte eines renommierten deutschen Verlages. Sie schildern, wie die Verlagsleiterin

> „… nach dem Studium beim damaligen Literaturverlag einstieg und maßgeblich zum Aufbau des dortigen Kinder- und Jugendbuchverlags beitrug. Allerdings zunächst aus der zweiten Reihe als ‚Mädchen für alles‘, erst nach dem dritten Chef war ihr klar, dass sie nun selbst die Leitung übernehmen möchte. Schließlich hatte sie das Programm betreut, erfolgreiche Autoren entdeckt und Verträge ausgehandelt. Doch dazu musste sie den ersten Schritt machen und selbst diese Position für sich einfordern. Nachdem sie vorher Familie und Beruf parallel gemanagt hatte, war sie bereit, sich ganz und gar ihren ‚Kindern‘ aus Papier [zu] widmen, die sie auch nie hatte verlassen wollen, mit ein

[38] https://www.buecherfrauen.de/ueber-uns/ueber-uns-detail/1794-fbm17-buecherfrauen-gehen-in-fuehrung/ [abgerufen am 09.05.2018]

Grund, weshalb sie sich beim Hanser Verlag so wohl fühlt und nie von dort fort möchte“.39

Die zwei Stunden des Rundgangs vergehen wie im Flug und alle Teilnehmerinnen zeigen sich begeistert über die offene und ehrliche Art der Befragten, über ihre Karriere zu sprechen.

5. Gespräche mit Agierenden im Umfeld der Kinder- und Jugendliteratur

Im Laufe der Messewoche habe ich Gelegenheit, mit einigen Personen zu sprechen, die im Bereich der KJL tätig sind. Dabei handelt es sich um:

A) eine selbstständige im Literaturbetrieb tätige Fachfrau,

B) den Chefredakteur eines österreichischen KJL-Magazins,

C) den Herausgeber einer österreichischen Literaturzeitschrift.

Warum besuchst du die Frankfurter Buchmesse? Was ist für dich wichtig?

A) Ich besuche die Frankfurter Buchmesse in erster Linie, weil es für mich wichtig ist, mich mit Menschen aus der Branche zu vernetzen, alte Kontakte wieder aufleben zu lassen und neue zu knüpfen. Dies betrifft Verleger, Autoren, Illustratoren und Journalisten gleichermaßen. Ich bin aber auch daran interessiert, welche Neuerscheinungen es gibt und wie sich das jeweilige Gastland präsentiert.

B) Die Messe in Frankfurt ist immer noch die beste Gelegenheit, innerhalb kürzester Zeit möglichst viele Menschen aus der Branche zu treffen. Und darüber hinaus zu zeigen, dass es einen immer noch gibt, dass man also immer noch in diesem Feld arbeitet. Das ist nicht unwichtig.

C) Die Frankfurter Buchmesse ist für mich der absolut wichtigste Termin im Jahr.

Welche Art von Terminen hast du?

A) Ich gehe, wenn möglich, zum Österreich-Empfang und zur Verleihung des Deutschen Jugendliteraturpreises, bin aber auch regelmäßig zu einem Illustratorentreffen eingeladen. Ansonsten treffe ich Menschen aus der (Kinder-)Literaturbranche an den jeweiligen Ständen auf der Messe oder auch an anderen Orten in der Stadt.

B) Ich treffe Verlagsmitarbeiter, vorwiegend sind das Presseleute; dann Kollegen – also Menschen, die über KJL schreiben. Das sind natürlich Leute, die für unser Magazin schreiben, aber auch Kollegen, die für andere Medien schreiben und arbeiten. Bei diversen „offenen“ Veranstaltungen trifft man des Weiteren natürlich Autoren und Illustratoren, Übersetzer und darüber hinaus noch andere Menschen, die irgendwie im Bereich der KJL arbeiten. Das ist gut.

C) Ich treffe viele Leute von den unterschiedlichsten Verlagen, die u. a. auch für die Schaltung der Anzeigen zuständig sind. Die Anzahl der in unserem Blatt geschalteten Anzeigen bestimmt unser Budget.

[39] ebd.

Was ist dir in Bezug auf Kinderliteratur und Medien Besonderes aufgefallen?

A) Ich habe den Eindruck, dass die Bilderbuchillustration und Buchgestaltung an Wert gewonnen haben. Es freut mich sehr, dass der Massenproduktion an kitschig-rosaroten Bildern etwas entgegengehalten wird.

B) Was mir aufgefallen ist? Dass in der Branche viel geklagt wird über rückläufige Auflagen, schlechte Verkaufszahlen, die schwierige Lage. Aber vielleicht ist das jedes Jahr so? Im Mittelpunkt stehen bei mir ja in der Regel interessante Bücher; aber natürlich ist es auch interessant, was sich in der Branche tut, wie es den Verlagen geht, wer interessante Projekte hat. Ich sammle also Informationen aller Art, die ich in meiner Arbeit und für meine Arbeit dann brauchen kann.

Welche Themen stehen im Mittelpunkt?

A) In Bezug auf die Illustration hat mich die Ehrengastpräsentation beeindruckt, in der französische Illustratoren und ihre Bilder sehr prominent präsentiert wurden. Außerdem habe ich mich über Bilderbücher für Jugendliche informiert; die neue Graphic Novel von S. Fischer „Das Tagebuch der Anne Frank“ zählte da ebenso dazu wie „Labyrinthe“ bei Jungbrunnen.

6. Themen in der Kinderliteratur (Podiumsdiskussion)

Naturgemäß wird in der gesamten KJL eine Vielzahl an Themen abgedeckt. Aus aktuellem Anlass stehen wieder die Themen „Krieg“ und „Flucht“ im Vordergrund.

Als Beispiel sei eine Diskussion mit den bekannten Autoren Suleman Taufiq und Barbara Warning angeführt.

„Schaffen wir das? Migration und Integration in Kinder- und Jugendbüchern“

Podiumsdiskussion, ARTE-Bühne

Moderation: Anne-Dore Krohn (Literaturkritikerin bei RBB)

Suleman Taufiq, deutsch-syrischer Schriftsteller und Übersetzer

Barbara Warning, Journalistin und Autorin

Ich stelle zu Beginn fest, dass etwa 90 % der anwesenden Personen weiblich sind. Die Moderatorin beginnt die Diskussionsrunde mit der Vorstellung der Bücher von Frau Barbara Warning, die bereits zwei Bücher über Kinder in Kriegen und auf der Flucht sowie die Mühen der Integration geschrieben hat.

Ihr Buch „Kindheit in Trümmern“, erschienen 2015 im Ravensburger Buchverlag, wird jetzt ins Arabische übersetzt und in Ägypten verlegt.[40]

Im zweiten Buch „Heimisch und doch fremd. Junge Migranten erzählen, wie Integration gelingt“

> „berichten Migranten über ihre Wege nach und Erfahrungen in Deutschland. Gleichzeitig legen Fachleute ihre Sicht auf die derzeitige Entwicklung dar. Diese

[40] Details zum Buch unter: https://www.perlentaucher.de/buch/barbara-warning/kindheit-in-truemmern.html [abgerufen am 16.05.2018].

Verbindung von Innen- und Außenperspektive erlaubt einen umfassenden und objektiven Blick auf das Thema".[41]

Frau Warning berichtet, dass die anhaltenden Flüchtlingsströme die Frage nach Migration und Integration zu einem gesellschaftspolitischen Schlüsselthema gemacht hätten und dass eine Kindheit 1945 vergleichbar mit der heutigen Situation eines Flüchtlingskindes sei. *„Letztendlich sind die Auswirkungen die gleichen",* sagt die Autorin. Es sei ihr wichtig, zu betonen, dass man auch über angeblich „heikle" und „schwierige" Themen wie Krieg und Migration in Kinderbüchern schreiben kann. *„Schließlich sollten auch Kinder von klein auf lernen, wie wichtig Toleranz und Frieden sind und dass beides nicht selbstverständlich ist"*, so die Autorin.

Suleman Taufiq berichtet über die Situation in den arabischen Ländern. Es gibt dort keine Kinderliteratur in unserem Sinne. *„Die vorhandene Kinderliteratur unterliegt der Zensur und ist deshalb vielfach propagandistisch"*, so der Autor und Übersetzer.

Kinder bekommen Geschichten erzählt, aber Kinderbücher sind de facto nicht erhältlich. Es gibt in Ägypten und Syrien keinen Büchervertrieb und auch keine öffentlichen Bibliotheken. Die arabische Hochsprache, die 1.400 Jahre alt ist, wird von den Kindern, die Umgangssprache sprechen, auch gar nicht verstanden, berichtet Suleman. Bei Lesungen in Schulen in Kairo und Alexandria herrscht aber von Seiten der Kinder ein großes Interesse und es werden dem Autor viele Fragen gestellt. Eine Frage, die immer wieder auftaucht, ist: „Wie werden die Flüchtlinge in Europa aufgenommen?" In Syrien selbst besteht kein Interesse am Thema Flucht.

Suleman Taufiq betont, dass das Leben in zwei Kulturen auch eine Bereicherung sein könne. Er bittet die am Arte-Stand anwesenden Zuhörer, die ein Flüchtlingskind kennen, darum, dieses unbedingt einmal in eine öffentliche Bibliothek mitzunehmen, um ihm die Möglichkeit der Ausleihe zu erläutern und somit den Zugang zu Büchern und zur deutschen Kultur zu ermöglichen.

Die äußerst interessante Diskussion, die in Kooperation mit dem Goethe-Institut stattfindet, beendet die Moderatorin mit einem Ausspruch von Johann Wolfgang von Goethe:

„Wer sich selbst und andere kennt, wird auch hier erkennen: Orient und Okzident sind nicht mehr zu trennen."

7. Deutscher Jugendliteraturpreis 2017 – Präsentation der Sieger im Lesezelt Agora

Allgemeines

Laut der Pressemappe zum Deutschen Jugendliteraturpreis 2017[42] erscheinen jedes Jahr über 9.000 Titel auf dem deutschsprachigen Kinder- und Jugendbuchmarkt. In der Pressemappe erfährt man auch, dass bereits seit 1956 jährlich herausragende Werke der Kinder- und Jugendliteratur ausgezeichnet werden. Des Weiteren wird mitgeteilt, dass es

[41] http://www.beck-shop.de/warning-heimisch-fremd/productview.aspx?product=16653480 [abgerufen am 16.05.2018].

[42] http://www.jugendliteratur.org/www_global/downloads/pressematerial/Digitale%20Pressemappe%20DJLP%202017.pdf [abgerufen am 16.05.2018].

sich um einen Staatspreis handelt, der vom Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend gestiftet wird. Mit dem Preis soll die Entwicklung der Kinder- und Jugendliteratur gefördert und zudem das öffentliche Interesse an ihr wachgehalten und zur Diskussion darüber herausfordert werden.

Der Pressetext beschreibt, dass eine Kritikerjury 600 Titel aus der Produktion des Jahres 2016 geprüft hat, die von den Verlagen eingereicht wurden. Die Jury vergibt den Preis in den Sparten „Bilderbuch", „Kinderbuch", „Jugendbuch" und „Sachbuch" und besteht aus neun Personen. Dabei heißt es, dass die Jugendjury autonom arbeitet, die rund 250 Neuerscheinungen sichtet und ihren eigenen Preis verleiht. Sie setzt sich aus sechs Leseclubs zusammen. In einem ersten Schritt wurden 30 Titel nominiert, aus denen die Jurys ihre Siegertitel ermittelt haben. Die Preissumme in der Höhe von 10.000 Euro wird unter den am Werk beteiligten Autoren, Illustratoren und Übersetzern aufgeteilt.

Die Veranstaltung

Auf der erhöhten Bühne hängt an der Wand ein Flatscreen, auf dem die preisgekrönten Bücher präsentiert werden. Darunter sitzen die Preisträger im Halbkreis, flankiert von Plakaten mit der Aufschrift „Deutscher Jugendliteraturpreis 2017". Die jeweiligen Bücher stehen am Rand der Bühne in Richtung Publikum. Moderiert wird von Frau Regula Venske, einer bekannten Schriftstellerin und Präsidentin des deutschen PEN. Sie beginnt mit der Verleihung des Sonderpreises für das Gesamtwerk an Gudrun Pausewang. Sie zitiert Passagen aus der Jurybegründung und interviewt die anwesende Autorin, die für ihr umfangreiches, vielfältiges und oft politisch engagiertes Werk, z. B. für „Die Wolke", ausgezeichnet wurde. Frau Pausewang antwortet aufgrund ihres Alters stockend und langsam, aber inhaltlich überzeugend (Originalzitate aus dem Gespräch: Sie sei *„entsetzt, wie schnell Themen, die eigentlich weg sein sollten, wieder da sind ...", „Menschen lernen nicht aus ihren Fehlern."*).

Danach stellt die Moderatorin die Preisträger der verschiedenen Kategorien (Bilderbuch, Kinderbuch, Jugendbuch, Sachbuch und „Sonderpreis Neue Talente") vor. Sie spricht über den Inhalt der Bücher und fragt mit Hilfe einer Übersetzerin nach der Intention und Entstehung der Werke. Die Preisträger beantworten sichtlich gut gelaunt alle Fragen.

Die Stimmung im sonnendurchfluteten Zelt ist angenehm und entspannt. Alle Plätze sind besetzt. Das Publikum besteht zu einem großen Teil aus Frauen, ziemlich vielen jungen Mädchen, aber auch Müttern mit ihren Kindern und älteren Frauen. Sehr interessiert und aufmerksam verfolgen sie das Geschehen auf der Bühne. In einem Halbkreis, der die Stuhlreihen umschließt, stehen Tische und Bänke, an denen die Besucher von der Fa. Yogi Tee gesponserten Tee trinken.

8. Konklusion

Interessante Gespräche mit Verlagsvertretern und in der KJL tätigen Personen sowie interessante Diskussionsrunden mit namhaften Autoren haben gezeigt, dass die KJL nach wie vor einen hohen Stellenwert genießt. In den unterschiedlichen Begegnungen und Beobachtungen stellte sich heraus, dass die zunehmende Digitalisierung schon in allen Bereichen Einzug gehalten und auch vor den Kinderzimmern nicht Halt gemacht hat. Die neuen audiovisuellen Medien werden von den Kindern mit Begeisterung aufgenommen,

nach wie vor sind aber trotz eines erkennbaren Wandels Bilderbücher und Bücher für die Kleinsten von großer Bedeutung.

Die Präsenz der Verlage auf der Messe ist von enormer Bedeutung, die Vielfalt der Bücher in thematischer und stilistischer Hinsicht beeindruckend. Als langjährige Bibliothekarin war auch deshalb die Teilnahme an der Messe und am gesamten Projekt für mich äußerst spannend und lehrreich.

Renate Wittmann

Das Buch als gesprochenes Wort: Vom Hörbuch bis zur Hörspielbox

Bei meiner Feldforschung auf der Frankfurter Buchmesse habe ich mich mit Medien abseits des gedruckten Buches befasst, im Besonderen mit dem Hörbuch. Hörbücher haben sich zu einem attraktiven Nischenprodukt am Buchmarkt entwickelt. Beinahe 80 deutschsprachige Verlage bieten dieses Medium mittlerweile an. Darauf spezialisierte Verlage kaufen Lizenzen und lassen sie von spezialisierten Sprecherinnen und Sprechern einlesen, wie z. B. „Der Hörverlag“ in München.

Hörbücher erscheinen nicht nur im Bereich der Belletristik. Es gibt auch viele Verlage, die Kinderbücher oder Sachbücher in ihrem Programm haben. Oftmals werden Neuerscheinungen jetzt schon zeitgleich mit der gedruckten Version zum Kauf angeboten. Ganz aktuell ist im Februar 2018 auch der 4. Band der neapolitanischen Saga von Elena Ferrante mit dem Titel „Die Geschichte des verlorenen Kindes“ erschienen.

Hörbuchverlage

Beim Audio Media Verlag handelt es sich um einen speziellen Hörbuchverlag, wie mir ein Gespräch zeigt, das ich mit einer Mitarbeiterin führe. Sie erzählt mir, dass es diesen Verlag gibt, weil auf einer Fahrt auf der Autobahn bei München die Frage aufgetaucht sei, warum es an einer Tankstelle keine Hörbücher zum Kauf gebe. Deshalb nenne sich dieser Verlag intern auch „Tankstellenverlag“. Die Lizenzen für die Produktion würden sie von den Buchverlagen erhalten, die selber keine Hörbücher produzieren bzw. handle es sich um Bücher, die diese Verlage nicht als Hörbücher herausbringen wollen. Manche Bücher lehne der Audio Media Verlag auch von sich aus ab, weil die Verkaufszahlen der Bücher zu gering seien oder das Cover absolut nicht ansprechend sei, aber nicht geändert werden dürfe. Der Verlag habe einen Pool von Sprechern. Es würden dann die Stimmen zu den jeweiligen Büchern oder Rollen ausgesucht.

Der Steinbach-Verlag („Steinbach sprechende Bücher“) kauft auch Lizenzen von den Buchverlagen. Die Buchcover werden auch für die Hörbücher verwendet, wenn sie passen, sonst werden sie neu gestaltet. Die Dame des Verlages erzählt mir, dass es auf der Messe selber sehr viele Gespräche gebe, aber eher sehr wenige Geschäftsabschlüsse. Diese würden im Anschluss an die Messe getätigt.

Die Edition See-Igel ist ein sehr exklusiver, kleiner Verlag. Ich spreche mit der Verlegerin selber. Sie produziert sehr spezielle Hörbücher in Verbindung mit klassischer Musik. Im Programm des Verlages finden sich unter anderem auch Märchen wie „Schneeweißchen und Rosenrot“. Die Verlegerin ist der Meinung, dass es mehr Angebote in diesem Bereich geben solle als „Peter und der Wolf“, was ihre ursprüngliche Intention gewesen sei, Hörbücher zu produzieren. Für die Produktion „Pechvogel und Glückskind“ erhielt der Verlag den Medienpreis Leopold, mit dem – so der Untertitel – „Gute Musik für Kinder“ ausgezeichnet wird. Die Cover der Produktionen sind sehr romantisch und ansprechend gestaltet. Es erscheinen pro Jahr auch nur zwei neue Ausgaben, weil die Produktion sehr zeitaufwendig und kostspielig ist.

Was mir in Bezug auf unsere Umwelt auch besonders gefällt, ist die Tatsache, dass der Katalog für den Zeitraum von 2015 bis 2025 ausgelegt ist. Es erscheint also jedes Jahr

nur ein Blatt mit den Neuerscheinungen, das dem Katalog beigelegt wird, in dem alles Wissenswerte über den Verlag steht. Das spiegelt auch die Philosophie der Nachhaltigkeit der Verlegerin wider, wenn sie sagt: *„Es werden nach einer Buchmesse ganze Wälder in Form von Prospekten und Katalogen weggeschmissen."*

Der Umsatz von Hörbüchern wird – ihrer Meinung nach – in den nächsten Jahren stark zurückgehen, weil es, so die Prognose der Verlagsleiterin, in fünf Jahren keinen CD-Player mehr gebe. Sie prophezeit, dass alles dann nur mehr digital auf einen Stick geladen und kein solches Gerät mehr gebraucht würde, wie bereits heute in den neuen Autos.

Ich spreche mit einer Verlagsmitarbeiterin des Oetinger Verlag HB, die mir erzählt, dass zu Beginn des Jahres 2017 der Verkauf im Hörbuchbereich komplett stagniert habe, aber im Herbst die Zahlen sehr stark angestiegen seien. Die größten Steigerungen beträfen den Kinderbuchbereich. Während unseres Gespräches kommt ein junger Mann auf uns zu und stellt sich als ausgebildeter Sprecher vor. Er lässt seine Visitenkarte bei dem Verlag. Er erzählt mir, dass er alle Hörbuchverlage auf der Buchmesse aufsuche und versuche, in den Sprecherpool aufgenommen zu werden. Er sagt, dass das sein absoluter Traumberuf sei.

Literadio

Ein kleiner Stand, eine Radiosendung, die direkt von der Buchmesse übertragen wird. Es sind nur ganz wenige Sitzplätze, die acht Stühle sind aber alle besetzt. Es wird viel fotografiert. Die Wiener Autorin Gertraud Klemm stellt ihr 4. Buch vor: „Erbsenzählen" (Droschl-Verlag). Es geht darin um eine etwa 30-jährige Frau zwischen der Generation X und Z. Eine Figur, die alles kann und nichts muss.

> „In einem sehr gut geführten Interview (Interviewerin war sehr gut vorbereitet, hat das Buch gelesen und daraus Fragestellungen abgeleitet. Ihre Fragen waren kurz und klar formuliert.) erfuhren wir, dass die Erbsen als Metapher für alles, was man (frau) zum glücklich sein braucht, stehen. Die Autorin positioniert sich in ihren Büchern auch zu allgemeinen Themen (überwiegend kritisch), wie Schule und Kulturbetrieb." (Anna Durstberger/Zeile 142-150).

Ich treffe bei diesem „Literadio" auch noch auf Eva Rossmann, eine österreichische Autorin, Verfassungsjuristin und politische Journalistin, die in der Sendung aus ihrem neuen Buch „Patrioten" vorliest und ein Interview gibt. Sie veröffentlichte bisher zahlreiche Sachbücher und die Mira-Valensky-Krimireihe. „Patrioten" handelt von der Angst vor dem Fremden, dem Nationalsozialismus und Hass und Terror in Europa. Dieses Mal ist es ein Herr, der das Gespräch führt. Er ist ebenfalls sehr kompetent kennt das Buch schon. Wieder sind alle Plätze besetzt. Alle lauschen der Lesung.

Im Anschluss spreche ich Frau Rossmann an, die mich erkennt, da ich vor einigen Tagen auf einer Veranstaltung der Bücherei Kilb in Niederösterreich war, wo wir uns kurz unterhalten haben. Sie hat an diesem Abend ihre berufliche Laufbahn geschildert, ihre Gründe, Sachbücher zu schreiben und die Entstehung ihrer Krimiserie dargelegt. Vor einigen Jahren war sie auch in unserer Bücherei in Rabenstein an der Pielach zu Gast.

Das Hörspiel

Dass die Hörspiele via Radio immer noch nicht ausgedient haben, beweist sich mir, als ich in der ARD-Halle zu einer Hörspielbox komme. Hier werden BesucherInnen der Messe aufgefordert, einen Abschnitt eines Märchens zu lesen. Das gesamte Stück wird dann im Radio zu hören sein. Ich beobachte das Tun, werde von einer Mitarbeiterin angesprochen, ob ich nicht mitmachen wolle. Ich melde mich dazu an. Ein Mitglied unserer Forschergruppe kommt zufällig gerade vorbei und wir werden gemeinsam eine Seite aus Aschenputtel lesen.

> „Wir beobachten zuerst ein junges Paar bei der Aufnahme, das tatsächlich von Mal zu Mal leiser wird (zwei Lektorinnen fordern sie auf: Langsam lesen und theatralisch lesen!). Unsere Aufnahme geht schnell über die Bühne (der Redakteur wirkt nicht mehr ganz so motiviert wie vorher). Meine Kollegin liest eine Seite, ich einen Satz, der mir recht gut gelingt, wie ich meine." (Andreas Gebesmair / Zeile 110 – 112)

Auch ein weiteres Mitglied unserer Gruppe liest eine Passage des Textes. Seine Anmerkung dazu:

> „Ein Bühnenbeispiel von der anderen Seite sozusagen: ich als Sprecher bei zwei ‚Geschichten aus der Märchenwelt´. Die Hörspielbox als Bühne hinter Glas weist durchaus Ähnlichkeiten zur Textbox auf: Auch hier gibt es keinen direkten Kontakt mit dem Publikum, meist ist der Sound der Performance nur über Kopfhörer zu ‚empfangen'. Als Akteur liegt mein Fokus ganz auf dem eigenen Tun." (Georg Wandl/Zeile 253-257).

Es gibt Personen, die alleine lesen, zu zweit oder auch in Gruppen, z. B. Schulklassen. Mit allen möglichen Gegenständen werden Hintergrundgeräusche gemacht, wie z. B. das Rascheln eines Kleides. Mit dem Zerknüllen eines Plastikstücks wird dieser Eindruck erweckt. Man hat also auch Einblicke in die Produktion eines Hörspiels. Im Anschluss erhält man einen Link, wo man die Aufnahmen nach der Veröffentlichung hören kann (beim späteren Anhören habe ich meine Stimme nur erkannt, weil der österreichische Akzent zu hören war, alle anderen Sprecher waren offensichtlich aus Deutschland). Auf einer Couch daneben gibt es die Möglichkeit, in verschiedene Hörspiele hineinzuhören, z. B. in Krimis, Dokus und Reportagen, Comedy und Satire, Wissen, Chronik und Geschichte, Wissenschaft und Bildung.

Von der Messe in die Welt: Das Hörbuch in Bücherei und Radio

Ich persönlich bin, seit ich diese Möglichkeit des Literaturgenusses kenne, eine begeisterte Hörbuchhörerin. Als anregendes Medium im Auto oder neben der Hausarbeit scheint mir das Hörbuch durchaus Zukunft zu haben. Außerdem finde ich die unterschiedlichen Stimmen sehr interessant. Es gibt ganz hervorragende SprecherInnen, oft auch SchauspielerInnen, die die Geschichten besonders gut vermitteln können.

Ich bin Leiterin der „Öffentlichen Bücherei der Marktgemeinde und der Pfarre von Rabenstein an der Pielach" in Niederösterreich. Es gibt bei uns mittlerweile eine gute Auswahl an Hörbüchern zum Verleih im Belletristik- und Kinderbuchbereich, und dieses Angebot wird gut angenommen. Speziell im Kinderbereich ist die Nachfrage sehr stark steigend, auch in Kombination mit den jeweiligen Büchern. Da haben die jungen

LeserInnen auch die Möglichkeit, den gehörten Text gleichzeitig mitzulesen. Aber auch für Sehbehinderte ist dieses Angebot da und wird genutzt.

Ich denke, dass die Radiosender mit ihren Hörspielen durchaus auch eine Anregung bieten, zum Hörbuch zu greifen. In Schwebe zu sein scheint, welches Speichermedium sich in Zukunft durchsetzen wird. Ob das Angebot an Hörbüchern auf CD oder Mp3-CD weniger wird, weil auch diese digital angeboten werden, wird sich zeigen. Aber es wurde ja auch das Buch nicht von den E-Books verdrängt. Es ist sicher auch für eine bestimmte Gruppe von LeserInnen bzw. HörerInnen eine zusätzliche Möglichkeit, Literatur zu genießen.

Helmuth Fahrngruber

Notizen meiner Feldforschung

> „Eine seltsamere Ware gibt es schwerlich in der Welt. Von Leuten gedruckt, die sie nicht verstehen; von Leuten verkauft, die sie nicht verstehen; gebunden, rezensiert und gelesen von Leuten, die sie nicht verstehen, und nun gar geschrieben von Leuten, die sie nicht verstehen." (Georg Christoph Lichtenberg (1742-99), dt. Aphoristiker u. Physiker)

Die Frankfurter Buchmesse ist zweifellos eine der bedeutendsten Veranstaltungen der Buchbranche. Die einmalige Möglichkeit, im Oktober 2017 gemeinsam mit Forschenden der Fachhochschule St. Pölten eine Forschungsreise dorthin zu unternehmen, wollte ich mir als Buchhändler nicht entgehen lassen.

Was passiert auf dieser Veranstaltung? Lässt sich das als Laienforscher einigermaßen überzeugend feststellen? Durch Workshops im Vorfeld der Buchmesse wurde die Gruppe auf ihre Aufgaben in Form der teilnehmenden Beobachtung vorbereitet.

Derart gewappnet strömten wir am ersten Messetag mit zehntausenden Besucherinnen und Besuchern in die Ausstellungshallen der Frankfurter Buchmesse.

Am Eingang als teilnehmender Beobachter

Vor dem Haupteingang zur Messe sind mobile Verkaufsstellen, vor allem Antiquariate, aufgebaut. Nur vereinzelt bleiben MessebesucherInnen zum Schmökern stehen, die meisten gehen zügig in das Gebäude.

Im Messegebäude befindet sich eine Infostelle, hinter der freundliche MitarbeiterInnen Auskünfte für die Ankommenden geben, aufliegende Übersichtspläne zur Messe werden von einem Block abgerissen und mitgenommen. Mittels eines Scanners werden die Eintrittstickets kontrolliert, was zügig und ohne Wartezeiten abläuft. Danach führen Sicherheitskontrollen zu einer etwa zehnminütigen Wartezeit. Sämtliche mitgebrachte Taschen oder Koffer werden geöffnet und auf verdächtige Gegenstände kontrolliert. Die MessemitarbeiterInnen sind rot-schwarz gekleidet, die rote Farbe ist auf Transparenten, Plakaten und Hinweisschildern erkennbar: Das Corporate Design ist einprägsam präsentiert.

Das erste Meeting – Wer ist wer?

Mit einem Firmenkollegen hatte ich besprochen, bei einigen geschäftlichen Terminen als Beobachter dabei sein zu können. In Halle 3.0 entdecke ich ihn, wie immer gut gelaunt, zur vereinbarten Zeit bei einem Verlagsstand, an dem das Meeting stattfindet.

Wir werden von VerlagsmitarbeiterInnen begrüßt und aufgefordert, Platz zu nehmen. Die MitarbeiterInnen des Verlags stellen sich vor, so wie ich mich, und ich erkläre kurz meine Aufgaben. Uns werden Kaffee und Wasser angeboten. Wenig später kommen zwei weitere KollegInnen meiner Firma zur Runde und setzen sich an den kleinen runden Tisch dazu. Die Vertriebsleiterin, ca. 50 Jahre alt, spricht am meisten, ihr Kollege ergänzt dazu. Die Kollegin meiner Firma wünscht sich Produkte und Themen für das Jahr 2018. Daraufhin werden ein paar Vorschläge des Verlages präsentiert. Nach 20 Minuten verabschieden wir uns freundlich.

In der Reflexion dieser Gespräche stellen sich mir folgende Fragen: Wer hat welche Funktion? Wer redet am meisten, wer hat was zu sagen? Kann ich daran erkennen, was bei den Gesprächen herauskommen soll? Wer ist wichtig, wer ist es nicht?

Das Gespräch verlief generell unverbindlich, nur ein paar Kleinigkeiten wurden vereinbart. Ist der Zweck „nur", sich zu treffen und zu zeigen, dass man da ist?

Der betreffende Verlagsstand ist, obwohl er eine wichtige Verlagsgruppe umfasst, eigentlich nicht auffällig und bleibt kaum im Gedächtnis hängen. „Corporate Design" und Auftritt sind nicht sehr prägnant.

Die Stars der Messe

In der Halle 3.0 befinden sich v. a. populäre Publikumsverlage. An den Eingängen und in der Mitte der Halle befinden sich die großen Verlagsgruppen, die sofort auffallen. Diese haben die größten Präsentationsflächen, die höchsten Aufbauten, sie sind stärker beleuchtet als andere Stände, es werden einzelne Buchtitel vielfach präsentiert. An den Hallenrändern werden die Stände kleiner und optisch weniger auffällig und die Beleuchtung ist schwächer.

Analog dazu ist ein großer Unterschied beim Personal zu beobachten: Bei den großen Verlagen sehe ich selbstbewusstes Auftreten, offene, freundliche Blick für die Vorbeigehenden, fast immer stehend oder gehend und attraktiv gekleidet. Bei kleineren Verlagen sitzt das Personal teilweise und nimmt die Vorbeikommenden nicht wahr. Die Körperhaltung, Mimik und Gestik wirken nicht so selbstbewusst wie bei den großen Playern.

Bühne und Auftritt im Fokus

Nach den ersten Stunden drängen sich für meine weiteren Beobachtungen die Begriffe *Bühne* und *Auftritt* in den Fokus. Auf diese beiden Schlagworte als *Codes* werde ich meine weiteren Beobachtungen fokussieren.

Wie präsentieren sich Verlage, VertriebsrepräsentantInnen und AutorInnen den BesucherInnen gegenüber? Wer sind die HauptdarstellerInnen, wer spielt in Nebenrollen? Wie sind die „Bühnenbilder" der Verlagsaufbauten inszeniert, wie wirken sie auf mich und die BesucherInnen?

Die erste Reihe und die dahinter

Ein Firmenchef, der ein bis dahin unbekanntes neues Buch unter dem Blitzlichtgewitter der Kameras hochhält, worüber Minuten später weltweit berichtet wird: eine Persiflage auf die Zeremonie der Präsentation neuer Handymodelle. Die Buchbranche ist in ihrer Bedeutung mit der Unterhaltungselektronik nicht vergleichbar. Trotzdem gibt es auch hier die Big Player der Verlage und AutorInnen, die auf den Podien der Frankfurter Buchmesse ihre Shows veranstalten.

Je größer und finanzkräftiger ein Verlag ist, umso attraktiver gestaltet er seinen gesamten Bühnenauftritt. Die Scheinwerfer leuchten stärker, was attraktiver und für die BesucherInnen anziehender wirkt. Und die im Dunkel sieht man nicht auf den ersten Blick.

Der Auftritt der AusstellerInnen umfasst das gesamte Spektrum von „ganz schwach" bis „sehr beeindruckend". Jedenfalls beeindruckend ist die Größe der gesamten

Veranstaltung, die Buchbranche präsentiert sich hier unter dem Motto „Klotzen statt Kleckern“.

Spürbar ist jedoch auch, dass sich sämtliche Beteiligte auf der Buchmesse in einer Handelsbranche bewegen, in der man nicht schnell reich wird.

Welche Bühne bekommt meine Aufmerksamkeit?

Beim Schlendern durch die Hallen sind vielfältige Eindrücke auffällig. Wieder fällt der Unterschied zwischen „Groß und Klein“ auf. Große Verlage haben große Auftritte, mehr Licht, attraktiver wirkende MitarbeiterInnen und ziehen viel mehr Menschen an als kleine Verlage.

Mir fallen Verlage auf, die ich mit bestimmten Farben assoziiere: Gelb bei Gräfe & Unzer, Reclam, Langenscheidt, Duden; Weiß bei Diogenes; Blau bei Ravensburger. Andere große Verlage sind zwar sehr bekannt, ich kann aber keine durchgehende Farbe erkennen, z. B. bei Ullstein, blv oder Loewe. Auffällig bei Coppenrath ist die zuckersüße Einrichtung des Präsentationsstandes. Ein blauer Teppich mit leichter Erhöhung bremst meinen Gang durch die Halle, ich werde auf die Verlage rundherum aufmerksam.

Wo bleiben die Augen hängen? Wo bleibe ich warum stehen? Was bleibt im Gedächtnis? Eine Fokussierung auf optische Eindrücke, beispielsweise die verschiedenen Ausprägungen von Corporate Design, helfen bei der Beobachtung. Im Strom der BesucherInnen und in der reizüberfluteten Umgebung ermüdet langsam die Aufmerksamkeit.

Beim Reisebuchverlag beginnt der Urlaub

Bei einem großen Reisebuchverlag zeigt sich die hohe Professionalität des Anbieters, der in seinem Segment der Marktführer ist. Der Aufbau ist sehr farbenfroh, es herrschen Gesichter und Landschaften vor. Es werden Neuerungen für das kommende Jahr präsentiert, darunter ein Relaunch einer Reihe, Aktionen und eine Preiserhöhung.

Das Gastland Frankreich auf der Bühne

In einer eigenen Halle befindet sich der Auftritt des Gastlandes Frankreich. Die Regale sind aus Holz und verwinkelt gestaltet. Auf dem Podium gibt es eine Diskussionsrunde mit vier TeilnehmerInnen zum Thema „Zukunft des französischsprachigen Buchmarktes“ in französischer Sprache, der man mit Kopfhörern in Simultanübersetzung folgen kann. Auf der Bühne sind eine schwarze Autorin aus der ehemaligen französischen Kolonie Haiti (ca. 40 Jahre alt), eine Verlegerin (ca. 50 Jahre alt), eine Dame (ca. 65 Jahre alt) mit großer Hornbrille und blau-grau-weißen Haaren sowie der Moderator (ca. 50 Jahre alt). Die Statements werden mit melodiöser Sprache und flüssig präsentiert, genauso wie die Zwischenfragen aus dem Publikum.

Die Gestaltung der Halle wurde in St. Etienne, dem Designzentrum Frankreichs, entworfen. Die Bücher sind meist mit Rücken präsentiert und schwer zugänglich. Es wird ein funktionstüchtiger Nachbau der Gutenberg-Buchpresse präsentiert, mit der einzelne Blätter bedruckt werden, die dazugehörige Druckerschwärze riecht sehr gut. Auf Informationstafeln wird die Geschichte der französischen Buchbranche dargestellt.

Die Gestaltung der Halle des Gastlandes, der „Grande Nation“ Frankreich, hätte ich mir doch viel prächtiger vorgestellt.

Das Publikumsinteresse ist selbst bei diesem prominenten Gastland nicht überragend groß. Die Tradition, als Gastland auf die Messe zu kommen, dient offensichtlich vor allem repräsentativen Zwecken. Angeblich hatte Frankreich die Einladung zur Buchmesse über Jahre unbeantwortet lassen.

Wissenschaftliche Atmosphäre bei den Fachbuchverlagen

In der Halle „Education, Wissenschaft, Medizin“ sind v. a. wissenschaftliche Fachverlage vertreten. Sowohl die Verlage als auch die BesucherInnen sind internationaler als in den meisten anderen Hallen, es ist sehr häufig Englisch zu hören. Die AusstellerInnen sind überwiegend männlich, Anzug und Krawatte sind vorherrschend. Verhandlungen und Geschäftsgespräche kann ich häufiger beobachten als in den Hallen der Publikumsverlage; ein aktives Ansprechen der BesucherInnen kommt eher selten vor. Die Aufbauten sind nüchterner gestaltet, die Farben der Auftritte dezenter eingesetzt. Der Publikumsandrang ist geringer.

Zwei asiatische Gruppen von Geschäftsleuten treffen aufeinander. Sie stellen einander vor, tauschen Visitenkarten aus und verbeugen sich des Öfteren voreinander.

Aufgrund der weniger schrillen Umgebung ist eine bessere Fokussierung der Beobachtung möglich.

Die Bühnen der Länder und internationalen Verlage

In den Messehallen der großen internationalen Verlagsgruppen sind die Bühnen attraktiv und architektonisch ansprechend gestaltet.

Länder sind mit eigenen Messeständen vertreten, wobei auch hier unterschiedlich engagierte Auftritte zu erkennen sind. Österreich als deutschsprachiges Nachbarland mutet in seinem Auftritt doch sehr bescheiden an. Ich kann mich des Eindrucks nicht erwehren, dass sich hier die länderspezifische Branche um sich selbst dreht, anstatt sich dem/der BesucherIn attraktiv zu präsentieren und zu öffnen.

Ein Autor sitzt auf der Bühne

In der Halle 4.1. sind mittelgroße und kleinere Verlage sowie einige Anbieter von Nonbook-Sortimenten stationiert. Auch dezidiert politische Verlage aus dem linken und rechten Lager haben hier ihre Stände.

Auf der 3sat-Bühne beobachte ich ein Autorengespräch mit dem österreichischen Autor Thomas Macho über sein Buch „Das Leben nehmen“. Das flüssig verlaufende Gespräch wird von der Moderatorin durchgehend im Frage-Antwort-Schema geführt.

Das Thema – Selbstmord – ist wenig erbaulich; trotzdem ist das Gespräch interessant für mich, weil es von der Moderatorin mittels eines „Roten Fadens“ geführt wird.

Der nüchterne Auftritt der Logistiker

In der Halle 4.0 bin ich mit einem Firmenkollegen bei einem Termin mit einem Barsortiment (Großhändler). Es gibt kein konkretes Thema. Es wird gegenseitig bestätigt, dass im Großen und Ganzen die Zusammenarbeit gut funktioniert. Eine logistische

Herausforderung wird die Buchmesse Wien sein. Unsere Firma wird die Messebuchhandlung zum ersten Mal zur Gänze organisieren. In der Halle 4.0 befinden sich v. a. Auslieferungen und Logistiker. Die Messestände sind nüchterner gestaltet, Bücher sieht man kaum. Es gibt sowohl bei den BesucherInnen als auch bei den ausstellenden Firmen mehr Männer zu sehen, im Gegensatz zur Halle 3.0, wo die Frauen in der Mehrzahl waren.

Mein Kollege ist immer gut gelaunt, egal um welche Materie es sich handelt, zudem ist er sehr umgänglich und erklärt mir einige Abläufe. Obwohl ich ihn schon länger kenne, ist es trotzdem immer wieder schön zu sehen, wie leicht und locker jemand den Alltag bewältigt, auch wenn er viel Verantwortung trägt.

Dieser Termin hat auch unverbindlichen Charakter – mein Kollege ist auf Abschiedstour vor der Pension. Trotzdem geht es hier offensichtlich schon etwas mehr um nackte Zahlen und Fakten. Präzises Arbeiten ist Grundvoraussetzung für Erfolg, etwa bei taggenauen Lieferketten, EDV-gestützter Logistik, elektronischen Lieferscheinen etc.

Auch wenn die Bühne der Buchlogistiker nüchterner gestaltet ist, gilt auch hier: Ein professioneller Auftritt ist selbstverständlich.

Die kleinen Gesten bei den Geschäftsgesprächen

Es folgt ein Termin mit meinen KollegInnen bei einem Kalender-Verlag. Der Standort ist zentral in der Halle, der Aufbau groß und attraktiv. Gesprächseinstieg meines Kollegen ist stets dessen bevorstehende Pension – er ist das letzte Mal für die Firma auf der Buchmesse. Nach einer Begrüßung nehmen wir an einem kleinen Tisch Platz. Die Dame des Verlages zeigt sich zufrieden mit den Umsätzen und der Zusammenarbeit. Allerdings gibt es ein Problem mit offenen Zahlungen. Mein Kollege notiert sich das Thema und verspricht, dem nachzugehen. Außerdem werden von ihm bestimmte Kalender für das Jahr 2019 ausgesucht, die dann für alle Filialen eingekauft werden.

Ich als Beobachter fokussiere meine Aufmerksamkeit auch hier auf kleine Gesten. In diesem Fall beispielsweise darauf, wie die Ware mit einem Tablet präsentiert wird. Die Dame des Verlages scheint ein Vertriebsprofi zu sein: Sie hat eine offene und sympathische Art, wirkt energiegeladen, selbstbewusst und hat zudem ein attraktives Äußeres.

Gute Verkäuferinnen mag ich, weil sie ihren Job gerne machen und das auch ausstrahlen.

Wer unterbricht das Gespräch?

Zurück in der Halle der Publikumsverlage bei einem Geschenkbuch-Verlag: Nach der Begrüßung werden die Gespräche an einem kleinen, eckigen Tisch geführt; es gibt Limonade und Wasser. Die Umsätze des letzten Jahres sind für beide Seiten zufriedenstellend verlaufen. Dann wird der Besprechungsort in eine abgeschlossene Koje verlegt, in der wichtige Themen und Novitäten für das Frühjahr und den Sommer 2018 auf einem Tablet präsentiert werden. Nach ein paar Minuten kommt eine Dame des Verlages dazu. Sie stellt sich vor und ergänzt immer wieder die Ausführungen ihrer Mitarbeiterin. Seitens des Verlages wird der Wunsch geäußert, mittels eines Fragebogens, der demnächst verschickt wird, Feedback zur Zusammenarbeit zu erhalten.

Bei der Beobachtung der Kommunikation innerhalb des Verlages wird schnell klar, wer das Sagen hat. Als wir in der Koje sitzen, kommt eine weitere Dame dazu. Offensichtlich ist es die Vorgesetzte, sie unterbricht immer wieder höflich das Gespräch und ergänzt das Besprochene.

Das Geschenkbuch ist ein sehr emotionales Produkt, bei dem das Layout eine sehr große Rolle spielt. Beim Verabschieden und Hinausgehen bewirbt der Verlag daher weitere attraktive Präsentations-Displays.

Afterwork-Partys

Am späteren Nachmittag lockern sich Stimmung und Krawatten an den Ständen, den anstrengenden Teil des Tages hat man hinter sich gebracht. Bei einem deutschen Freizeitbuchverlag für Motorsport gibt es Cocktails und Smalltalk, auf dem Podium präsentiert ein Autor das „Kochbuch für echte Kerle".

Richtig gute Laune mit Musik, Fingerfood und Freigetränken herrscht am frühen Abend bei einer Party am Verlagsstand. Die Veranstaltung scheint ein Stimmungsbarometer zu sein. Ich habe jedoch den Eindruck, dass die relevanten Entscheider nicht hier sind.

Bei einer Preisverleihung für Nachwuchstalente in einem Zelt auf der Agora sind etwa 100 Menschen im Alter zwischen 20 und 30 Jahren. Das Zelt ist zu einem Drittel leer, die große Show ist vorbei. Auf der Bühne rappt ein junger Mann, das Publikum jubelt ihm zu.

Fazit: Wozu das Theater?

Bei einem populären deutschen Freizeitverlag stelle ich mich vor und frage einen Mitarbeiter des Verlages, warum der Verlag hier ist. Die Antwort ist alles andere als überzeugend. Der Verlag sei schon viele Jahre hier. Der Messeauftritt koste zwar eine Menge Geld, allerdings sei eine Nichtpräsenz undenkbar und eine Verkleinerung des Standes ein Risiko, weil der Verlag in Folge auch in der Außenwirkung noch weniger wahrgenommen würde. Fazit: Wir sind da, weil wir immer schon da waren.

Der Einladung eines kleinen renommierten österreichischen Verlages zu seinem Stand ist die Forschergruppe gerne nachgekommen. Die Präsentation der Bücher auf den Standardmessemöbeln ist sehr einfach gehalten. Im Gespräch mit dem Verlagsleiter taucht auch hier die Grundsatzfrage auf: Warum ist der Verlag auf der Messe? Die Präsenz vor Ort sei eine Frage der Kreditwürdigkeit und des Marketings. Die AutorInnen wünschten das, außerdem stehe die Kontaktpflege im Mittelpunkt.

Es bleibt der Eindruck, dass sich der Verlag, obwohl er erfolgreiche, bekannte AutorInnen im Programm hat, gerade so über Wasser hält.

(Wie) wird sich dieser Verlag in fünf Jahren präsentieren?

Wie werden die Bühnen der Bücher in zehn Jahren aussehen?

Ich bin der Überzeugung, dass im Jahr 2027 zehntausende neugierige Menschen die Frankfurter Buchmesse besuchen werden. Sie werden neugierig sein, was auf den Bühnen der Verlage präsentiert wird. Mit Sicherheit werden es vor allem gedruckte Bücher sein.

Und es werden Stars auf der Bühne stehen und ein Buch in die Höhe halten.

Interview mit Vivienne Lipscombe

Wie bist du eigentlich Buchhändlerin geworden?

Ich habe den Buchhandelsberuf nicht klassisch erlernt, sondern bin nach der Matura als kaufmännische Angestellte dazu gekommen. Schon in den letzten Monaten meines Maturajahres habe ich mir überlegt, was ich machen könnte. Zuerst habe ich an Kunsthandel gedacht. Dann habe ich aber in der Zeitung gelesen, dass die Buchhandlung Höllrigl in Salzburg eine Maturantin sucht. Gleich habe ich meinen damaligen Klassenvorstand dazu befragt, der mich darin bestärkt hat. Nach einem Telefonat mit meiner späteren Chefin war klar, dass ich, nach einem Monat Ferien, im Juli 1966 bei Höllrigl anfangen kann. Das war insofern kein Problem für mich, da ich aus einer berufsbildenden Schule gekommen bin und bereits Buchhaltung, BWL und Sprachen gelernt hatte. Also habe ich schon viel mehr mitgebracht als in der Buchhändlerschule Grundvoraussetzungen waren. Ja, und dann habe ich meine ersten Schritte dort begonnen.

Zu allererst muss man sich einmal in der Buchhandlung zurechtfinden. Der Geschäftsbetrieb heute ist mit dem damaligen, der völlig ohne EDV abgelaufen ist, nicht mehr zu vergleichen. Höllrigl ist die älteste Buchhandlung in Österreich und die drittälteste im deutschsprachigen Raum, also alteingesessen. Sie hat schon zur Zeit der Erzbischöfe bestanden und ein bisschen mutet es jetzt so an, als ob das einen Einfluss gehabt hätte. Meine ersten Tätigkeiten waren Bücher abstauben und Regale ordnen, die Bücher mussten in einer schönen Linie stehen. Früher wurden Kunden auch fast ausschließlich über die Theke bedient.

Also dass Kunden selbst in den Regalen stöbern, hat es damals noch nicht gegeben?

Nein, nur bei Taschenbüchern und den Reclam-Kästen. Aber zum normalen Sortiment sind die Kunden eigentlich nicht gekommen.

Also ich musste anfangs Regale ordnen, Bücher abstauben – mit Tätigkeiten wie der Warenübernahme hatte ich nichts zu tun, da waren andere zuständig. Höllrigl war die größte Buchhandlung Salzburgs, jeder hatte seinen zugeteilten Aufgabenbereich, wie das in größeren Buchhandlungen so ist. Mit Thalia und Hugendubel heute ist es aber trotzdem nicht vergleichbar, da es keine Abteilungen gegeben hat.

Bestellungen sind früher übrigens ganz anders abgelaufen als heute. Wenn ein Kunde etwas bestellt hat, wurde das in einem großen Bestellbuch notiert. Mein damaliger Chef hat das Buch am Abend immer durchgesehen und alles auf eine Postkarte übertragen, die dann an die jeweils zuständige Auslieferung geschickt wurde. Erst viel später wurde dann das Durchschreibebestellsystem eingeführt. Das waren Bestellkarten, wo man durchgeschrieben hat, einen Zettel hat der Kunde bekommen, einer ist in der Buchhandlung geblieben und einer wurde an die Auslieferung geschickt. Das war dann schon ein Fortschritt, aber noch weit weg von elektronischen Bestellungen.

Wie ist denn in den 1970er-Jahren das Sortiment ausgewählt worden?

Das haben Chefin und Chef gemacht und wir hatten eine Kinderbuchabteilungsleiterin, die war für das Kinderbuchsortiment zuständig.

Die Verlage wurden fast ausschließlich durch Wiener Auslieferungen vertreten und diese wiederum durch Vertreter. Die kamen und stellten das Frühjahrsprogramm oder Herbstprogramm mit Katalogen und einzelnen Exemplaren vor Ort vor. Je nach Bekanntheit des Verlages, des Buches oder der Überredungskunst des Vertreters wurde bestellt, aber zaghaft, nicht in großen Mengen. Das kam alles erst viel später.

Höllrigl hatte früher auch den Beinamen „Buchkunst- und Musikalienhandel". Wir hatten die größte Musikalienabteilung in Salzburg, deshalb kauften auch viele Künstler – von den Festspielen, vom Theater, von diversen Orchestern – und sonstige Musikliebhaber bei uns ihr Notenmaterial.

Es gab auch eine Leihbuchhandlung, wo man Bücher ausgeliehen hat. Und dann eben auch das Schulbuchgeschäft, dafür wurde der Hauptverkaufsraum komplett geleert und überall wurden Schulbücher einsortiert. Damals wurden Schulbücher nämlich noch in der Buchhandlung von den Schülern abgeholt. Das war dann ein Run und ein irrsinnig intensives Geschäft, denn all das musste ja in wenigen Tagen abgewickelt werden.

Aus den Anfängen des Buchhandels auch noch interessant ist die Buchmark. Bücher wurden früher in Buchmark ausgezeichnet, also in deutscher Mark. Und das wurde verschlüsselt: Jede Buchhandlung hatte einen Verschlüsselungscode aus Buchstaben. Der Kunde konnte nicht ersehen, was das Buch kostet. Jetzt gibt es ja Etiketten. Das war früher nicht der Fall. Damals wurde erst bei der Warenübernahme mit Bleistift das Datum und der Preis hinten in das Buch hineingeschrieben. Das wurde lange Zeit so gehandhabt.

Auch heute hat man ja noch den deutschen und den österreichischen Preis auf den Büchern stehen. Kunden fragen immer wieder, warum die Bücher in Österreich teurer sind. Das ist bis heute wegen der Mehrwertsteuer so. Früher sind einige Leute aus Salzburg und Umgebung nach Freilassing, also über die Grenze nach Deutschland gefahren, um dort Bücher günstiger zu kaufen. Die Buchhändler dort haben natürlich stark davon profitiert.

In Österreich mussten die Buchhändler den Preis zudem in Schilling umrechnen. Also ein Buch hat z. B. 14,80 D-Mark gekostet. Das musste man in einer Tabelle nachschauen und umrechnen. Der Buchhändler hat dann Datum und Preis mit Bleistift in das Buch hineingeschrieben. Es war immer verschlüsselt, der Kunde musste immer den Buchhändler nach dem Preis fragen, nur bei den Taschenbüchern war es schon von vornherein aufgedruckt.

Wie war das bei fremdsprachigen Büchern in Originalsprache?

Da gab es keine Buchmark. Da musste man sowieso kalkulieren und Versandkosten dazurechnen. Mit Rabatten bei Büchern ist das wegen der Buchpreisbindung nicht so einfach. Wir hatten den Fall, dass wir die Universität beliefert haben und da mussten wir 10 % Rabatt gewähren. Das war eine Verpflichtung. Für die Evaluierung der erforderlichen Bücher war der Arbeitsaufwand immens und rausgeschaut hat nicht viel. Man konnte aber auch nicht ablehnen, weil es eine Prestigesache war.

Wann bist du denn zum ersten Mal mit der Frankfurter Buchmesse in Verbindung gekommen?

Davon gehört hatte ich natürlich, das ist ja etwas Besonderes. Intensiver wurde es, als mein Mann und ich unsere eigene Buchhandlung gegründet haben. Wir haben mit verschiedenen Universitätsinstituten zusammengearbeitet und da war es umso wichtiger, mit ausländischen Verlagen Bekanntschaft zu machen, um die fürs Studium erforderlichen Fachbücher bereitstellen zu können. Das ist dann immer weniger geworden, da viele heute ihre Studienliteratur nicht mehr kaufen, sondern einfach googeln und Texte aus dem Internet ausdrucken.

Wurden die Bestellungen der Fachliteratur direkt auf der Frankfurter Buchmesse abgewickelt oder ging es eher darum, Kontakte zu knüpfen?

Nein, die Messe war fürs Kontakteknüpfen, damit man sich kennenlernt und eine direkte Bestelladresse hat.

Hatten eigentlich Literaturpreise auch Einfluss auf die Sortimentsgestaltung?

Ja, z. B. der Literaturnobelpreis, da war natürlich gleich eine große Nachfrage der Kundschaft nach dem ausgezeichneten Autor oder der ausgezeichneten Autorin da. Auch Longlists und Shortlists, die es ja noch nicht so lange gibt, oder die ORF-Bestenliste haben großen Einfluss, das wird von Buchliebhabern mit Interesse verfolgt. Ebenso der Friedenspreis des Deutschen Buchhandels. Ein Autor, eine Autorin ist dadurch präsent und wird gekauft.

Würdest du sagen, dass das Sortiment früher – in den 1970er– und 1980er–Jahren – vielfältiger oder weniger vielfältig als heute war?

Es war deutlich weniger vielfältig, viel komprimierter. Es gab immer zur Frühjahrssaison bzw. zur Herbstsaison und zur Frankfurter Buchmesse ungefähr 100.000 deutschsprachige Neuerscheinungen. Das konnte man gar nicht alles auf Lager haben. Ich glaube auch, früher hatten die Inhalte mehr Qualität. Das ist nicht abfällig gemeint, aber heutzutage schreiben so viele und so vieles wird gedruckt. Man sieht ja dann auch immer wieder, dass nach – ich glaube, jetzt nur mehr eineinhalb – Jahren überall vor den Buchhandlungen diese Schütten da sind. Mit Mängelexemplaren.

Was Vielfalt in sprachlicher Hinsicht betrifft: Hast du Veränderungen hinsichtlich der Originalsprachen von Büchern bzw. der Herkunft der Autoren und Autorinnen bemerkt?

Nein, also natürlich sind es in erster Linie englischsprachige und französische, ein bisschen auch italienische und spanische Autorinnen und Autoren, die in Originalsprache verkauft werden. Das Hauptaugenmerk lag auf englischsprachiger Romanliteratur. Aber wie es jetzt ist, dass wirklich Studienliteratur auf Englisch ist, das war damals noch nicht so.

Um wieder zur Frankfurter Buchmesse zurückzukommen: Du hast sie in deinen Feldnotizen als „heilige Hallen" bezeichnet ...

Für mich ist die Frankfurter Buchmesse etwas Besonderes. Das Mekka der Bücher. Und für Autoren, Verleger, Buchhändler – alle, die mit Büchern zu tun haben – ist sie das Größte.

Was macht – in deinen Worten geschildert – dieses Besondere tatsächlich aus?

Man trifft wirklich auf das Metier, mit dem man lebt und arbeitet. Es braucht ja eine Vielfalt von Menschen, die zur Entstehung eines Buches beitragen. Und dort an Ort und Stelle alle zu treffen, ist natürlich besonders.

War der Besuch der Buchmesse im Jahr 2017 so, wie du es dir vorgestellt hattest, oder welche Erwartungen hattest du vorab?

Als ich das erste Mal dort war, hätte ich mir nie gedacht, dass es so überdimensional ist. Jetzt war ich ja schon etwas, ich möchte fast sagen, abgeklärt.

Wann bist du das erste Mal bei der Frankfurter Buchmesse gewesen?

Das war kurz nachdem wir unsere Buchhandlung eröffnet hatten. Später ist immer mein Mann gefahren. Das muss 1990 oder 1991 gewesen sein. Wobei ich sagen muss, dass die Vielfalt auf der Messe gleichgeblieben ist, die Messe hatte auch damals schon diese große, beeindruckende Dimension. Was jetzt hinzukommt, ist das Sortiment aus Medien und Elektronik. Hörbücher gab es damals schon, aber auch noch nicht in der heutigen Vielfalt. Damals ebenfalls noch nicht auf der Buchmesse vertreten waren die arabischen Verlage. Das war ja hochinteressant, ein ganz anderer Kulturkreis.

Hat dich bei der Präsentation der Stände irgendetwas besonders überrascht oder beeindruckt – oder vielleicht sogar enttäuscht?

Nein, enttäuscht gar nicht. Sehr beeindruckend war die Suhrkamp-Insel. Die war eine Pracht. Es gab auch einen kleineren Verlag, der schöne Bücher herausbringt, Coffeetablebooks, und an diesem Stand waren ältere Damen anwesend. Man würde sie als Ladys bezeichnen wie bei Pilcher, es fehlt nur das Schloss im Hintergrund als Deko. Und diese Damen haben einfach mit den Kunden wunderbar interagiert. Sie waren tolle Präsentantinnen für ihre besonderen Bücher. Es war ein sehr einladender Stand.

Auch die Stände der Kinderbuchverlage habe ich ganz besonders schön gefunden, insbesondere von der Gestaltung her, sehr beeindruckend. Ebenso die Stände der Reiseverlage. Das Interesse am Reiseführer oder Kunstführer ist aber zurückgegangen. Der Dumont-Verlag hat sein Kunstreiseführerprogramm drastisch gekürzt, weil sich die Leute viele Informationen über ihre Reiseziele einfach aus dem Internet herunterladen. Früher waren Reisende auch mehr an Kunst und Kultur interessiert, heute sind Reiseführer viel schmaler und konzentrieren sich auf Essen, Trinken, Wohnen, einige Sehenswürdigkeiten und Shopping – das sind meiner Meinung nach die Hauptanforderungen vieler Reisender an Reiseführer.

Außerdem hat der teNeues-Verlag, der ja eigentlich ein Bildband- und Kalenderverlag ist, ein Buch herausgebracht. Da hat eine Autorin Udo Lindenberg auf diversen Tourneen begleitet, Fotos gemacht und Texte dazu geschrieben. Dieses Buch wurde auf der Messe präsentiert und Udo Lindenberg hat auch ein Konzert auf der großen Bühne in der Agora gegeben. Also ich will jetzt nicht sagen, dass ich Udo-Lindenberg-Fan bin, aber er hat die Musikszene schon sehr geprägt. Er sieht noch wie früher aus. Also das war schon etwas Besonderes, neben weiteren Autoren, die man auch hören konnte.

Wie bist du denn an unsere ethnographische Feldforschung auf der Buchmesse herangegangen?

Mit besonderer Aufmerksamkeit auf die Menschen, die da in Frankfurt unterwegs sind. Einerseits lag mein Interesse bei denjenigen, die arbeiten, präsentieren und ihre Verlage vertreten, und andererseits bei den Besuchern. Ein sehr interessiertes, aufmerksames Publikum.

Was hast du am Fachpublikum beobachten können?

Die Menschen erachten das Buch immer noch als etwas Wichtiges. Es ist ja immer wieder die Rede davon, dass das Buch stirbt, und es hat sich natürlich einiges verändert durch Digitales, aber die Liebe zum Buch in der Hand oder am Nachtkästchen bleibt.

Diese Liebe zum Buch – steht die im Vordergrund oder geht es oft auch um das reine Geschäft?

Nein, das glaube ich nicht. Es ist natürlich geschäftig, aber es sind keine Wurstverkäufer. Also das ist schon ein Unterschied, es gibt einen kulturellen Anspruch, auf beiden Seiten.

Im Vergleich zu deinem ersten Besuch in den 1990er-Jahren: Waren damals eigentlich schon die großen Fernsehstationen mit ihren riesigen Bühnen so vertreten wie heute?

Nein, nicht in diesem Ausmaß. Ich muss gestehen, ich weiß nicht mehr, ob ZDF, ARD usw. schon da waren, aber sicher nicht im selben Ausmaß wie jetzt. Auch Lesungen und Workshops sind mehr geworden. Auch die belletristischen Autoren sind jetzt viel präsenter durch die Medien.

Welche Begegnungen hattest du bei deinem Besuch 2017?

Ich habe mich sehr auf die Österreicher und auf die Salzburger spezialisiert und auch viele getroffen. Obwohl ich schon fast zehn Jahre nicht mehr im Beruf bin, kenne ich trotzdem noch viele. Ich treffe sie im Literaturhaus in Salzburg oder in Wien in der Alten Schmiede. Auch in der Buchhandlung, die mein Sohn leitet, komme ich immer wieder mit Verlegern in Kontakt, oder bei Lesungen. Man kann sich durchaus darauf verlassen, dass man auf der Buchmesse dann genau auch diese Leute trifft. Ich habe ja schon im Vorfeld meine Kontakte ein bisschen ausgesandt. Mit Herrn Kleibel vom Otto-Müller-Verlag etwa habe ich schon vorher gesprochen.

Du warst ja auch auf einem Netzwerk-Event, dem sogenannten Österreich-Empfang, der außerhalb der Buchmessehallen im Städelmuseum stattfindet. Wie kommt man da hin und was passiert da?

Ich habe damals im Vorfeld beim Hauptverband des Österreichischen Buchhandels angefragt, und dann haben sie mir eine Karte geschickt. Ich hatte ja eigentlich um Karten für alle Teilnehmer unseres Projekts gebeten, aber das Kartenkontingent ist begrenzt. Es war ein netter Stehempfang mit Essen und Trinken. Ich mag gesellige Zusammenkünfte gerne.

Hast du dort auch Leute getroffen, die du kanntest?

Ja, das auch. Früher hat es ja auch Partys gegeben. Da war ich z. B. mit dem Gräfe- & Unzer-Verlag. Früher hatten die Verlage noch mehr Geld dafür. Heute hat man sich da offensichtlich zurückgenommen.

Ich würde noch einmal gern auf diese langjährige freundschaftliche Zusammenarbeit mit verschiedenen Verlegern und Verlagen zurückkommen. Wie hat da die Zusammenarbeit zwischen einer Buchhandlung und einem Verlag ausgesehen?

Bei heimischen Verlagen ist der Kontakt sehr persönlich und herzlich, und man ist auch per du. Bei anderen Verlagen gibt es weniger persönlichen Kontakt, da man nur den Vertreter vor sich hat. Oft hat der Vertreter, der den Verlag repräsentiert, auch ein größeres Sortiment, also er vertritt mehrere Verlage. Es gibt aber auch Einzelvertreter. Der Diogenes-Verlag beispielsweise hat immer nur einen Vertreter für ganz Österreich gehabt. Der Herr Jakobs, der war der „Herr Diogenes" sozusagen. Und der hat ganz Österreich bereist.

Werden die Vertreter heute teilweise durch die Digitalisierung verdrängt?

Ein bisschen ist es schon der Fall, weil eben viele heute direkt bestellen und nicht mehr über den Vertreter. Früher gab es ja irrsinnig viele Vertreter, die oft lange da waren und die Zeit des Buchhändlers beansprucht haben. Wenn Vertreterzeit war, das war zu Beginn des Jahres so ab dem 6. Jänner, kamen die Vertreter für die Frühjahrsneuerscheinungen. Da war der Buchhändler natürlich blockiert mit einem Vertreter, der dann oft einen halben Tag da gesessen ist, bis alle Verlage durch waren. Und dann im Sommer kam er wieder – für die Herbstneuerscheinungen.

Also der Direktvertrieb ist stärker geworden?

Ja, schon. Der Unterschied ist eben, dass man sich beim Vertreter gewisse Konditionen aushandeln konnte und zudem waren Partieergänzungen möglich, also man konnte auch kleinere Mengen bestellen und dann nachbestellen. Das Buch ist durch die Buchpreisbindung äußerst gering rabattiert. Der Buchhändlerberuf ist keiner, mit dem du reich wirst. Bei den gängigen Sachen, da hat man manchmal 50 % bekommen. Der Vorteil einer großen Buchhandlung wie z. B. Thalia ist, dass sie zentral bestellen und dann tolle Vergünstigungen erhalten. Kleine Buchhandlungen können das nicht machen. In der Beziehung sind die freundschaftlichen Kontakte nicht alles. Das ist zwar ein nettes Plaudern, aber deswegen entlockt man keine Vergünstigungen. Eher im Gegenteil, der andere entlockt einem vielleicht sogar eine größere Auftragsmenge.

Früher war die Arbeit des Buchhändlers auch viel aufwendiger. Ohne EDV war es ein eigenes Wissen, wo man nach welchem Buch sucht.

Apropos Aufwand: Es ist ja auch ein großer Aufwand gerade für die kleineren Verlage, auf der Buchmesse präsent zu sein. Hast du herausfinden können, welche Motivationen vor allem kleine Verlage haben, an der Buchmesse teilzunehmen?

Es geht um Kreditwürdigkeit. Man zeigt, dass man da ist, um nicht aus dem Gedächtnis zu verschwinden. Teilweise hat es auch ideologische Gründe, dass ein kleiner Verleger persönlich dort am Stand sitzt. Aber es gibt auch Zusammenschließungen, wo sich kleine Verlage einen Stand teilen. Das habe ich auch bei den österreichischen Verlagen

beobachtet und das ist ja auch sinnvoll. Aber gar nicht vertreten zu sein, ist alles andere als ideal.

Warst du auch schon auf irgendeiner anderen Buchmesse?

Nein, gar nicht. Ich habe immer gearbeitet. Eine Zeit lang nur halbtags wegen meiner Kinder. Später waren mein Mann und ich dann selbstständig. Das würde ich nie wieder machen, weil man so vieles hintanstellen muss.

Also kein neues Start-up für dich?

Nein, wirklich nicht. In St. Pölten hat im Frühjahr eine nette Buchhändlerin aufgemacht. Alles schön neugestaltet, eine entzückende Buchhandlung, und kurze Zeit später, zu Weihnachten, musste sie wieder schließen.

Hast du auf der Buchmesse auch wahrgenommen, dass über den Zustand der Buchbranche diskutiert wurde?

Ja. Ein bisschen negative Stimmung war schon herauszuhören. Grundsätzlich haben alle ihr Sortiment ein bisschen reduziert. Ganz generell muss gespart werden, aber nicht nur in der Buchbranche.

Es gibt Einzelne, die jammern, aber z. B. der Picus-Verlag in Wien, mit denen ich auch öfter zu Präsentationen und Lesungen gehe, bei denen wird nicht gejammert. Da richtet man sich nach den Gegebenheiten. Teilweise denke ich mir schon, dass ein Überangebot da ist, und dann erscheinen wieder großartige Sachen. Teils neue Autoren, teils bekannte. Da ist man sehr dankbar, es ist nicht zum Verzweifeln. Man muss eben ein bisschen reduzieren, weniger anbieten, das dann aber intensiver. Ich sehe es jetzt auch bei der Buchhandlung, die von meinem Sohn geleitet wird, die haben die vormals große CD-Abteilung reduziert. Dafür haben sie jetzt einen Postpartner in die Buchhandlung hineingenommen. Das bringt auch Kundschaft.

Sie machen auch drei bis vier Lesungen oder Präsentationen im Monat, sie haben einen Newsletter. Man muss da schon immer dahinter sein. Er schaut auch, dass er ein bisschen Sponsoring macht, z. B. bei einem Jugendsportklub. Da ist dann das Emblem der Buchhandlung zu sehen. Man muss immer wieder auf Neues aufspringen. Zurücklehnen geht schon lange nicht mehr.

Was würdest du aus deiner Erfahrung und von deiner Forschung auf der Buchmesse als offene Frage mitnehmen, die dir nicht beantwortet werden konnte?

Ich war erfüllt und erschöpft. Noch mehr Speicherkapazität war nicht möglich.

Vielen Dank für das ausführliche Gespräch!

Hat Spaß gemacht!