

Bericht zur 10. Jahrestagung der Internationalen Buchwissenschaftlichen Gesellschaft 2009 zum Thema „Quo vadis, Kinderbuch? Gegenwart und Zukunft der Literatur für junge Leser“

24. September 2009

Begrüßung der Teilnehmer und Eröffnung der Tagung

Stephanie Jacobs (Leiterin des Deutschen Buch- und Schriftmuseums) begrüßt die Teilnehmer im Namen der Deutschen Nationalbibliothek Leipzig und dankt der Münchner Buchwissenschaft für die gute Zusammenarbeit und Organisation im Vorlauf der Tagung.

Christine Haug (Professorin der Buchwissenschaft München) und **Wolfgang Schmitz (Bibliotheksdirektor der UB Köln, Vorsitzender der IBG)** eröffnen die Tagung. Während des dreitägigen Kongresses soll die Relevanz der Kinder- und Jugendbuchliteratur anhand von Theorie und Praxis diskutiert werden.

All Ages – theoretische Reflexionen über ein Phänomen des Kinder- und Jugendbuchmarktes

Hans-Heino Ewers (Universität Frankfurt a. M.): *Von der Zielgruppen- zur All-Age-Literatur? Mehrfachadressierung und Mehrdeutigkeit in Kinder- und Jugendliteratur – Versuch einer Begriffsklärung*

Ewers Vortrag versuchte die bei Kinder- und Jugendbüchern häufig auftretende Mehrfachadressierung zu definieren. Dabei differenzierte er die expliziten und impliziten Leserrollen. Eine explizite Leserrolle nimmt hierbei ein konkreter Adressat ein, an den ein Werk gerichtet ist. Hinweis hierfür kann ein Titel und Untertitel, Prolog und Epilog sowie das Erscheinen des Werkes in einer bestimmten Reihe oder einem Verlagsprogramm sein. Auch zielgruppenorientierte Vermarktung zählt zur Kategorie des expliziten Lesers. Als implizit wäre hingegen eine Lesergruppe zu zählen, die u. a. entsprechend ihrer Neigungen und Interessen aber auch in ihrer Funktion als Literaturvermittler zu Kinder- und Jugendbüchern greifen, ohne dass diese Werke explizit an diese gerichtet sind. Mittlerweile geht der All-Age-Trend so weit, dass Kinder- und Jugendliteratur nicht mehr nur an Kinder und Jugendliche, sondern explizit auch an Erwachsene gerichtet ist. Die Adressierung hierbei dient aber nicht dem Erwachsenen als Literaturvermittler, sondern dem erwachsenen Leser im Allgemeinen. Daraus ergeben sich u. a. folgende weiterführende Fragen für die Entwicklung des Kinder- und Jugendbuchs: Wie genau ist eine Vermarktung für Mehrfachadressierungen möglich? Wie kann ein Buch den Ansprüchen verschiedener Leserrollen gerecht werden, wenn die Werke und ihre Bedeutung von den Lesergruppen unterschiedlich interpretiert werden können?

Anke Vogel (Universität Mainz): *Crossreading – publikumszentrierte Ansätze zur Erklärung des All-Age-Booms im Buchmarkt*

Vogel referierte über eine neue Qualität im Bereich der All-Age-Literatur und die unterschiedlichen Zugangsweisen aus medienwissenschaftlicher Sicht. Zum einen ging sie dabei auf die Medienbotschaft ein, auf die Polysemie und die Mehrfachadressierung. Zum anderen beschäftigte sie sich mit der Frage, was die Menschen mit den Medien machen. Dabei ging sie auf die Gratifikationsforschung und auf verschiedene Bedürfnistypen ein. Eine ihrer Thesen war, dass sich Erwachsene aus eskapistischen Gründen Büchern zuwenden, um

gestiegene Erwartungen zu kompensieren. Zudem könne man anhand des All-Age-Booms erkennen, dass es zu einer Funktionsverschiebung beim Medium Buch gekommen sei.

Publikumsmodelle, wie z. B. die Sinus-Milieus, bei denen eine Selektion nach Lebenswelten erfolgt, wurden kritisch betrachtet. Der Nutzen für Medienunternehmen sei sehr gering, da diese Lebenswelten nie der Realität entsprächen. Es seien stets Stereotype und die damit verbundene Medienwelt nicht stabil. Die crossmediale Vermarktung stelle keine Konkurrenz zu anderen Produkten dar, sondern eine Ergänzung. Eine Unsicherheit bestehe bezüglich der Nachfrager, da die Hauptkäufer von Kinder- und Jugendbüchern zu 93 % Erwachsene sind. Daraus würden zwei Adressatenkreise entstehen, wodurch eine neue Qualität bei der Buchgestaltung vonnöten sei, die sich in Paralleleditionen ausdrücke.

Bernd Dolle-Weinkauff (Universität Frankfurt a. M.): *Manga und ihr Einfluss auf junge Leser* in *Deutschland*

Mangas sind japanische Comics, die seit 1997 in Deutschland boomen. Der Erfolg von Mangas gerade bei Lesern unter 26 Jahren ist vor allem auf Fremdheitsmerkmale der Gattung zurückzuführen. Die im Taschenbuch erscheinenden Mangas werden von hinten nach vorn sowie von rechts oben nach links unten gelesen. Die Covergestaltung setzt auf englische Titel in Kombination mit japanischen Schriftzeichen. Die Zeichnungen grenzen sich von amerikanischen und europäischen Comics ab. Pikturale Zeichnungen werden durch symbolische Zeichen ergänzt, die an japanische Schriftzeichen angelehnt sind.

Mangaleser sind Vielleser mit einer ausgeprägten Sammelleidenschaft.

Sven Hanuschek (LMU München): *Das literarische Werk von Waldemar Bonsels*

Hanuschek gab in seinem Vortrag einen Einblick in Leben und Wirken des Autors. Den Fokus legte der Referent hierbei auf den Erfolgsroman „Biene Maja“, dessen vielfältige Rezeption und auf die Bearbeitung des Stoffes für andere Medien wie beispielsweise das Fernsehen. Danach führte Hanuschek mögliche Ursachen für die Marginalisierung des Autors in der heutigen Zeit auf und erörterte, wieso Bonsels, im Gegensatz zu seinen Figuren, in Vergessenheit geriet.

Einen weiteren Schwerpunkt bildete Bonsels Rolle im nationalsozialistischen Deutschland sowie mögliche völkisch-nationale Tendenzen in den Werken des Autors; jedoch betonte der Vortragende, dass eine systematische Untersuchung dieser Thematik noch aussteht.

Dr. Gabriele von Glasenapp (Universität Frankfurt a. M.): *Grenzüberschreitungen. Kinder- und jugendliterarische Werke für erwachsene Leser*

In ihrem Referat beschäftigte sich von Glasenapp mit dem Phänomen des „Nostalgischen Lesers“. Dessen Lektüre umfasst Titel, die in der eigenen Kindheit gelesen wurden beziehungsweise populär waren und den gelesenen Werken in Covergestaltung und Inhalt gleichen.

Durch die Re-Lektüre versuche der „Nostalgische Leser“ eine Reevokation des kindlichen Leseindrucks herbeizuführen und eine kindlichen Lesehaltung einzunehmen, so von Glasenapp.

Doch beschränkt sich diese Art der Rezeption nicht nur auf das Buch, sondern ist eine intermediale Entwicklung, die sich auf verschiedene Medien, wie beispielsweise DVD, Film und Radio erstreckt.

In Bezug auf das Buch handelt es sich laut von Glasenapp nicht um ein neues Phänomen, vielmehr wird die „Nostalgische Lektüre“ seit Erfolgen wie „Harry Potter“ in der Öffentlichkeit anders wahrgenommen beziehungsweise äußert sie sich auf andere Weise.

Bärbel G. Renner (Duale Hochschule Baden-Württemberg Stuttgart):
Kommunikationspolitik von Kinderbuchverlagen im Kontext des Marketing-Mix

Ihren Anteil von 14 Prozent am Gesamtumsatz halten die Kinder- und Jugendbuchverlage in den letzten Jahren konstant. Um weiterhin erfolgreich zu sein, bedienen sich die Verlage seitens des Marketings verschiedener Instrumente der Kommunikationspolitik. Letztere ist Bestandteil des viergliedrigen Marketing-Mix. Abhängig von der jeweiligen Zielgruppe sind laut Frau Renner folgende Methoden am wirkungsvollsten: die Verkaufsförderung im Handel, Public Relations für die Gatekeeper (Eltern, Lehrer etc.) und Event Marketing für die Kinder selbst. Besonders wichtig ist es, die vermeintlichen Wünsche der einzelnen Zielgruppen ständig direkt zu überprüfen, da diese häufig falsch eingeschätzt werden. Für die Zukunft sieht Frau Renner eine Verstärkung der Aktivitäten in Richtung Endkunde, crossmediale Produkt- und Kommunikationskonzepte und eine Intensivierung der Markenbildung und -führung.

Philipp Schreiber, Rossi Schreiber (Schreiber & Leser München): *Graphic Novels – kleine Nische mit großer Strahlkraft*

Wesentliche Kriterien der – in Deutschland noch nicht recht bekannten – Graphic Novels sind eine abgeschlossene Handlung, eine grafisch anspruchsvolle Gestaltung, buchhandelsfreundliches Format, relativ großer Umfang, Mehrfachadressierung (All-Age) und häufig eine literarische Vorlage. Da in den Buchhandlungen nur selten ein eigener Platz für dieses Nischenprodukt eingerichtet ist, kooperieren einige Verlage im Hinblick auf Marketing und Vertrieb. Die Strategie umfasst gut ausgebaute Internetauftritte, Guerilla-Marketing-Aktionen, Sticker, Flyer und Buchhändlerseminare.

25. September 2009

Klaus Beckschulte (Börsenverein des deutschen Buchhandels, Landesverband Bayern):
Die Waldemar-Bonsels-Stiftung und der Jugendbuchpreis der CORINE – Internationaler Buchpreis

Literatur fördern, Literatur auszeichnen – der Börsenverein als Berufsverband der Sparten Buchhandlung, Grossist und Verlag wird in Bayern zu diesem Zwecke auf verschiedene Weisen tätig. Auch die CORINE ist als internationaler Buchpreis ein wichtiger Teil der Leseförderung und des Branchenmarketings in Bayern. Ausgezeichnet werden hervorragende schriftstellerische Leistungen und deren Anerkennung beim Publikum. Der Preis wird jährlich in max. neun Kategorien verliehen – eine davon ist der Jugendbuchpreis der Waldemar-Bonsels-Stiftung. In diesem Jahr ausgezeichnet wird der Titel „Nathan und seine Kinder“ von Mirjam Pressler. Ort des Geschehens ist das Prinzregententheater in München, wo man dem Buch am 24. November in einer öffentlich wirksamen Inszenierung einen glanzvollen Auftritt verschaffen möchte – in der Hoffnung ein breites Publikum anzusprechen und natürlich anschließend vom Weihnachtsgeschäft zu profitieren.

Birgit Schulze Wehninck (Buchkinder Leipzig e.V.): *Kinder machen Bücher – ein Kind, das schreibt, liest*

Ein Konzept, Kinder durch eigenständiges Arbeiten mit der Materie Buch an Literatur heranzuführen und ihnen dadurch ein Erfolgserlebnis zu bescheren, verwirklicht die Buch- und Schreibwerkstatt der Buchkinder Leipzig e.V. Kinder zwischen vier und 18 Jahren können eigene Erzählungen und Bildergeschichten, ausgestattet mit wenig Material, aber viel Kreativität und Phantasie, von der Idee und den ersten Linolschnitten bis zum eigenhändig gedruckten Buch entwickeln.

Die Philosophie der Buchkinder folgt vier Regeln:

- 1.) Bild und Text sind eine Einheit.
- 2.) Es wird so wenig wie möglich vorgeschrieben oder korrigiert (z. B. Orthographie)
- 3.) Den Kindern wird eine Plattform geboten, um sich und ihr Werk zu präsentieren, z. B. auf den Buchmessen in Leipzig oder Frankfurt.
- 4.) Ein Buch braucht Zeit.

An mittlerweile elf Standorten in Deutschland wird dieser Idee Raum gegeben, und so können seit 2001 bis zu 220 Kinder pro Woche, betreut von 20 festen und zahlreichen ehrenamtlichen Mitarbeitern, ihre eigenen Werke erschaffen, die schließlich in Kleinstauflagen von 15–20 Stück gedruckt werden. Der Verein finanziert sich u. a. mit Hilfe von Sponsoren, Stiftungen, Landes- und Projektförderungen sowie den Einnahmen der verkauften Bücher.

Christine Knödler: *Endlich erwachsen? – Möglichkeiten und Grenzen der Kinder- und Jugendliteraturkritik*

Die Kritik von Kinder- und Jugendliteratur nimmt eine besondere Stellung ein, denn sie dient einerseits dem Schutz der Kinder und soll andererseits Erwachsene für bestimmte Bücher gewinnen. So versucht sie, eine literarische Öffentlichkeit zu erreichen und Orientierung im Bücherdschungel zu geben, wird aber von den Verlagen zugleich bevorzugt als Werbeform genutzt. Eine weitere Besonderheit ist die Ansprache unterschiedlichster Zielgruppen wie Eltern, professioneller Vermittler sowie berufsbedingter Leser – nur nicht der eigentlichen Leser, der Kinder und Jugendlichen. Wichtig bei der Kinder- und Jugendliteraturkritik sind daher Altersangaben, eine realitätsnahe und gut verständliche Beurteilung und ein Fokus auf die Leseförderung („Behüte-Charakter“).

Knödler verwies auf die Schwierigkeiten, die dabei entstehen: Dem massenhaften Angebot stehe nur wenig Platz in den Zeitungen gegenüber, man müsse deshalb in einer Art Filterfunktion „die wenigen Guten aus der Masse herauspicken“. Bücher sollten außerdem um ihrer Qualität willen, und nicht nur aufgrund der pädagogischen Gesichtspunkte rezensiert werden. Eine gute kritische Auseinandersetzung fällt daher durchaus auch kritische Urteile. Auch wenn negative Kritik oftmals unerwünscht ist, sollte man vor allem folgende Frage nicht aus den Augen verlieren: Was wünschen sich die Kinder?

Mareile Herbst (Librikon.de, Berlin): *Das Internet als Chance für Qualität – professionelle Kinderliteraturkritik am Beispiel Librikon.de*

Herbst stellte in ihrem Vortrag das Konzept von Librikon.de („Magazin für Kinderbuchkultur“) vor, zugleich mit der Absicht, das Internet gegen das Vorurteil, es mache der Buchlektüre Konkurrenz, zu verteidigen. Librikon.de richte sich explizit an reife, hochgebildete Buchvielfäufer bzw. erwachsene Vermittler von Kinderliteratur, nicht an Kinder und Jugendliche selbst. Das Magazin wolle seiner Zielgruppe als Gegengewicht zu

anderen Informationsquellen Kinderbuch-Bewertungen, Artikel und (auch individuelle) Empfehlungen von professionellen und (durch entsprechende Auswahl der Werbekunden) kommerziell unabhängigen Redakteuren bieten, die bewusst auch Bücher jenseits des „Mainstreams“ und jenseits des „Neuheitswahns“ berücksichtigten – behauptet und kritisiert wurde im Vortrag u. a. der Trend zur Verengung des Buchmarktes und zu einer Reduzierung von Buchbewertungen im Internet auf bloße Warentests. Fehlende Druckkosten, theoretisch unbegrenzter Platz, lange Haltbarkeit sowie digitale Vernetzung wurden als spezifische Vorteile des Internets hervorgehoben: Dadurch könne Librikon.de im Gegensatz zu Printmedien z. B. Nachschlagefunktionen und vielfältigere Rubriken anbieten sowie in Vernetzung mit dem antiquarischen Buchmarkt des Internets auch Empfehlungen für bereits vergriffene aber noch immer für lesenswert erachtete Bücher aussprechen.

Gabriele Netsch (Deutsche Nationalbibliothek): *Kinderkünstlerbücher aus den Beständen der Deutschen Nationalbibliothek. Präsentation*

Netsch, Leiterin der Abteilung Künstlerische Drucke des Buch- und Schriftmuseums, präsentierte den Tagungsteilnehmern zum Abschluss eine Auswahl bibliophiler und wertvoller Kinder- und Jugendbücher der letzten 200 Jahre. Die Sammlung umfasst vom Buch- und Schriftmuseum eingekaufte Unikate beziehungsweise Kleinstauflagen, gestiftete Bücher aus Wettbewerben und ausgewählte Bücher aus dem Pflichtbestand der Deutschen Nationalbibliothek.

Die Teilnehmer konnten Bücher der Büchergilde Gutenberg sowie Kinderkünstlerbücher nicht nur aus Deutschland bewundern. Ein Pracht-ABC-Buch aus dem Jahr 1864, Werbeseiten des KaDeWe und auch Märchenbücher wie „Das tapfere Schneiderlein“ waren zu sehen, um nur einige Beispiele zu nennen. Während des Schmökerns gab Netsch den Teilnehmern weitere Erläuterungen zu einzelnen Werken.

Abschlussdiskussion mit Christine Haug, Werner Wunderlich (Universität St. Gallen) und Wolfgang Schmitz

Intention der Tagung war es, den gegenwärtigen Kinder- und Jugendbuchmarkt und dessen Entwicklungspotential darzulegen sowie eine Verbindung zwischen Theorie und Praxis herzustellen.

Wunderlich stellte fest, dass Volksbücher und vor allem das Kinder- und Jugendsachbuch zu wenig berücksichtigt worden seien. Zudem vermisste er eine präzisere Definition des Begriffs „All-Age-Literatur“. Sehr positiv sei die Organisation, der Tagungsort und die Atmosphäre hervorzuheben.

Teile des Plenums hätten sich eine tiefergehende Untersuchung der Rezeptionswünsche der Kinder und Jugendlichen und ein konkreter Blick auf die Realität durch Buchhändler und Bibliothekare gewünscht. Zudem wurde diskutiert, ob Kinder- und Jugendliteratur eine Ideologie transportiert und inwieweit diese vom Autor bzw. Verlag impliziert wird. Schmitz schloss offiziell die Tagung.