

130048 VO Kulturelle Aspekte der Kinder- und Jugendliteratur

25. Oktober 2011

Murray G. Hall:

Buchforschung und Verlagsgeschichte
als integrierende Methoden der Kinder- und Jugendliteratur-Forschung.

„Buchforschung“? ... „Verlagsgeschichte“? ... Und im Rahmen der Kinder- und Jugendliteraturforschung?? Auf den ersten Blick oder das erste Anhören klingt das alles ein wenig verstaubt und trocken! Man stellt sich einen ergrauten Forscher in einem verdunkelten Bibliothekssaal vor, der – mit den obligaten weißen Handschuhen und einer Schutzfolie ausgerüstet – sich über einen kostbaren alten Druck oder ein altes Schulbuch beugt und sich an der Qualität der Buchstaben, der Bindung oder was auch immer ergötzt. Dieses Bild gibt es wohl wirklich, aber das Thema ist damit nicht erschöpft. „Verlagsgeschichte“? Ist das nicht bloß ein wenig Firmengeschichte gekoppelt mit der Erfassung des jeweiligen Programms bzw. der jeweiligen Produktion? Und hat das mit der klassischen Literaturwissenschaft (Germanistik, Romanistik, Anglistik, Slawistik etc.) überhaupt etwas zu tun? Eine rhetorische Frage, die ich natürlich emphatisch mit „Ja“ beantworten würde. In meiner heutigen Vorlesung möchte ich versuchen, – was das Thema allgemein und die Kinder- und Jugendliteratur im besonderen betrifft – Sie von der Vielfalt und der Interdisziplinarität des Arbeitsfeldes zu überzeugen. Es gibt hier zwei Schienen, die uns interessieren könnten. Da ist zum einen das „*historische* Kinder- und Jugendbuch“ und zum zweiten der aktuelle oder zeitgenössische Kinder- und Jugendbuchmarkt. Ja, bis hin zu Kaufmotivation und Leseförderung.

Meine Ausgangsthese lautet: jede Literatur ist eine *vermittelte* Literatur. Ich möchte mit zwei Erläuterungen beginnen: die erste ist leicht ironisch und nicht-wissenschaftlich, die zweite streng wissenschaftlich. Die Aussage beider ist nahezu gleich. Im Jahr 1931 veröffentlichte Robert Musil, der Verfasser des monumentalen Romans *Der Mann ohne Eigenschaften*, einen kleinen Text in einer Wiener Zeitung

unter dem Titel *Eine Kulturfrage*. Der Text wurde 1936 in den Band *Nachlass zu Lebzeiten* aufgenommen. Musil macht sich hier über den inflationären Gebrauch des Wortes „Dichter“ ein wenig lustig. „Können Sie angeben, was ein Dichter ist?“ So leitet er seinen Text ein. „Man sollte einmal diese Frage ausschreiben wie eins der geistigen Turniere, wo um die Frage gekämpft wird: „Wer hat Herrn Stein ermordet?“ (In dem Roman, dessen Veröffentlichung morgen in unserer Unterhaltungsbeilage beginnt)“. Für uns interessant ist die Tatsache, dass Musil die Doppelnatur des Buches anspricht, also einerseits ‚geistige Ware‘, andererseits ‚Handelsware‘. Musil weiter:

Denn mag das Wort ‚Dichter‘ in der Geschichte des Geistes unserer Zeit auch noch so wenig bedeuten, unauslöschlich werden kommende Geschlechter seine unerwartete Spur in der *Wirtschaftsgeschichte* vorfinden! Eine Überlegung, wie viele Menschen heute von dem Wort Dichter leben, findet kaum ein Ende, auch wenn man ganz an der wunderlichen Lüge vorbeisieht, daß selbst der Staat behauptet, für nichts da zu sein, als die Künste und Wissenschaften zu göttlicher Blüte zu bringen. Da läßt sich etwa mit den literarischen Professuren und Seminaren beginnen, und man käme von ihnen auf den gesamten Universitätsbetrieb mit Quästoren, Pedellen, Sekretären und anderen, an deren Unterhalt sie teilhaben. Oder man beginnt mit den Verlegern, käme auf die Verlage mit ihren Angestellten, auf die Kommissionäre, die Sortimentler, die Druckereien, die Papier- und Maschinenfabriken, die Eisenbahn, Post, Steuerbehörde, die Zeitungen, die Ministerialdezernenten, die Intendanten: Kurz, je nach Geduld könnte sich jedermann einen Tag lang die Zusammenhänge kreuz und quer ausmalen, und was sich immer gleich bliebe, wäre, daß alle diese Tausende Menschen bald gut, bald schlecht, bald ganz, bald teilweise davon leben, daß es Dichter gibt: obwohl niemand weiß, was ein Dichter ist, niemand mit Bestimmtheit sagen kann, daß er einen Dichter gesehen habe, und alle Preisausschreibungen, Akademien, Honorar- und Honoratiorenempfänge nicht die Sicherheit geben, daß man einen lebend einfängt.

Ich schätze, daß heute in der ganzen Welt wirklich einige Dutzend von ihnen noch vorhanden sind. Ob sie davon leben können, daß man von ihnen lebt, ist ungewiß: einige werden wohl dazu imstande sein, andere nicht.“ *Ende Zitat*.
Damit ist das Feld ‚Buchforschung‘ und ‚Verlagsgeschichte‘ von Musil gut abgesteckt. Wie man sieht, geht es hier um „Vermittlungsinstanzen“. Man könnte davon zwei Thesen ableiten: erstens es gibt einen „äußeren Gang der Literatur“ und zwei-

tens könnte man wagen, Verlagsgeschichte mit Literaturgeschichte gleichzusetzen. Der langjährige und inzwischen verstorbene Doyen der Buchhandelsgeschichte in Deutschland, Herbert Göpfert, hat in einem Lexikonartikel – ohne auf Musil Bezug zu nehmen – in einer wesentlich spröderen Sprache Ähnliches festgehalten. Er meint, es sei einleuchtend, „daß die Vermittlungsbedingungen und –vorgänge mit ihren technischen, wirtschaftlichen, gesellschaftlichen, juristischen, politischen, organisatorischen, also mit ihren jeweiligen historischen Determinanten nicht nur die Rezeption, sondern bereits die Produktion von Literatur mitbestimmen.“

Nur als Einschub: seit dem Erscheinen dieses Artikels sind viele Jahrzehnte vergangen und inzwischen wird laut gefragt, ob das gedruckte Wort in Buchform tatsächlich noch die „dauerhafteste Vermittlungsweise darstellt“ oder besser: in Zukunft darstellen wird. Stichwort: Zukunft des Buches, Medienwechsel, E-Books und Digitalisierung. Aber das ist wieder ein anderes Thema!

Die im Zitat angesprochenen „Vermittlungsbedingungen und –vorgänge“ bieten uns erst recht in der Kinder- und Jugendliteraturforschung ein ungeahnt breites Feld an Untersuchungsmöglichkeiten, und ich möchte daher im folgenden auf einige Phänomene und Entwicklungen der letzten 2, 5, 10 Jahre in Streiflichtern eingehen. Es ist allgemein bekannt, dass der Buchhandel – der herstellende wie der verbreitende – weltweit einen rasanten Strukturwandel durchgemacht hat und noch durchmacht und dass das Ergebnis oder das Ende dieses fortschreitenden Wandels oder Umbruchs nicht abzusehen ist. Die historischen Determinanten sind, im Sinne von Göpfert, sehr vielfältig. Wir kennen im Bereich des vertreibenden Buchhandels beispielsweise die so genannte Filialisierung, wo Großkonzerne, d.h. Ketten, Mega-Stores in bester Lage aufmachen, die die Fläche von einem oder mehreren Fußballfeldern haben. Die Erfahrung zeigt, dass auch sie langsam kleinere Brötchen backen müssen. Es ist oft so, dass sie die alteingesessenen Sortimentsbuchhandlungen verdrängen und über kurz oder lang selbst aufgelassen oder zurückgestutzt werden. Der Einfluss der nicht mehr so Neuen Medien und des Internets auf Produktion und Verbreitung wäre allein ein abendfüllendes Thema. Und das trifft auch das Kinder- und Jugendbuch im deutschsprachigen Raum. Stichwort: Vermittlungsinstanzen und Vertriebskanäle. Im September dieses Jahres wurde auf den Buchtagen in Berlin 55 durchaus kontrover-sielle Thesen zum Buchmarkt von übermorgen zur Diskussion gestellt. Ich möchte hier lediglich zwei Prognosen zur Zukunft der gesamten Branche zitieren. „1. Alle gedruckte Medien verlieren an Bedeutung. Der Rückgang bei Buch, Zeitschrift und Zei-

tung liegt bezogen auf Vertriebs Erlöse jeweils bei über 25%. 2. Der stärkste Rückgang bei den Vertriebswegen für Bücher betrifft den stationären Buchhandel (-31%).“ Killt der Online-Buchhandel die Buchhandlung um's Eck?!

Kinder- und Jugendbuchverleger, aber nicht nur sie, brauchen neue Verkaufs- und Marketingstrategien, wollen sie überleben. Aber wie groß ist der Kinder- und Jugendbuchmarkt eigentlich und welchen Stellenwert hat er am gesamten Buchmarkt? Bevor ich versuche, diese Fragen zu beantworten und einschlägige heimische Verlage vorstelle, möchte ich auf Forschungseinrichtungen und Institutionen hier in Österreich hinweisen, die sich der Erforschung und/oder Förderung der Kinder- und Jugendliteratur verschrieben haben. Vorausschicken muss ich die leidige Tatsache, dass die Kinder- und Jugendliteraturforschung *nicht* an der Universität Wien institutionell verankert ist. Auf die möglichen Gründe gehe ich nicht ein.

Die älteste Einrichtung ist der 1948 von Richard Bamberger gegründete *Österreichische Buchklub der Jugend*, der sich als Österreichs größte Non-Profit-Organisation zur Leseförderung versteht. Er ist nach eigener Darstellung „ein Verlag für Produktion und Vertrieb von Jugendmedien“ sowie „eine Servicestelle für Lesepädagogik mit über 60 Jahren Erfahrung“. *Buchspuren*, der jährlich erscheinende Buchkatalog des Buchklubs, richtet sich an erwachsene LesevermittlerInnen. Weiters ist zu nennen: die *Studien- und Beratungsstelle für Kinder- und Jugendliteratur*, kurz STUBE. Sie besteht seit 1948 als Arbeitskreis der Katholischen Jungschar. Heute ist die Einrichtung ein Bereich der Erwachsenenbildung der Erzdiözese Wien. Weiters gibt es das *Institut für Jugendliteratur* im 4. Wiener Gemeindebezirk. Das Institut, das 1965 als gemeinnütziger Verein gegründet wurde, versteht sich als Service- und Kommunikationszentrum für den kinder- und jugendliterarischen Bereich. Ich zitiere: „Unser grundsätzliches Hauptanliegen ist die Steigerung des gesellschaftspolitischen Stellenwertes des Themas „Kinder- und Jugendliteratur“. Last, but not least, ist ein Verein zu nennen, der vor etwas mehr als zehn Jahren von Ernst Seibert gegründet wurde: *Österreichische Gesellschaft für Kinder- und Jugendliteraturforschung*. Die Gesellschaft ist nach eigener Darstellung „eine Plattform, die der Initiierung und Förderung von Forschungsbeiträgen zur Kinder- und Jugendliteratur dient. Sie bildet eine wissenschaftlich orientierte Ergänzung zu den in Österreich etablierten Vermittler-Institutionen und fungiert als Vermittlerinstanz zwischen einschlägigen Lehr- und Forschungsansätzen an österreichischen Hochschulen und Pädagogischen Hochschulen.“ Die Gesellschaft ist durch Tagungen, Konferenzen, Ausstellungsbände so-

wie eine Zeitschrift mit dem Namen *libri liberorum* und andere Publikationen in der Öffentlichkeit präsent. Nähere Informationen über diese Einrichtungen und Institutionen finden Sie im Internet. An dieser Stelle möchte ich eine heimische Zeitschrift nicht unerwähnt lassen, und zwar handelt es sich um das Fachmagazin für Kinder- und Jugendliteratur *1001 Buch*, das vierteljährlich als wichtiges Rezensionsorgan erscheint und auch eine umfangreiche Internetpräsenz aufweist. Zu finden unter www.1001buch.at.

Nun zurück zum Buchmarkt. Wir als Literaturwissenschaftler neigen dazu, unseren Blick auf die Belletristik zu fokussieren, während Kinder- und Jugendbücher im Schatten bleiben. Dabei ist die mediale Aufmerksamkeit in Österreich bzw. der Stellenwert doch ansehnlich. Das Bundesministerium für Unterricht, Kunst und Kultur vergibt alljährlich Kinder- und Jugendbuchpreise, die Stadt Wien tut das gleiche, es gibt seit 11 Jahren den „Dixi-Kinderliteraturpreis“. Dafür gesucht werden in Österreich lebende KünstlerInnen, die Texte für Kinder und Jugendliche verfassen oder illustrieren. Teilnahmeberechtigt sind alle, die noch nie ein Kinder- oder Jugendbuch veröffentlicht oder illustriert haben. Alle zwei Jahre vergibt das Land Steiermark einen Preis für Spitzenleistungen auf dem Gebiet der Kinder- und Jugendliteratur. Es gibt auch noch einen Staatspreis für Kinderlyrik! Kinder- und Jugendliteratur ist somit im öffentlichen Bewusstsein verankert. Einen Beweis für den Stellenwert solcher Literatur in der Buchbranche lieferte die Zeitschrift *Der Spiegel* im Jänner dieses Jahres. Bestsellerlisten im *Spiegel* haben eine lange Tradition und sie bieten somit für Buchkäufer wie auch Buchhändler eine wichtige Orientierung. Aber bis heuer hat es keine Kinder- und Jugendbuch-Bestsellerliste gegeben und auch – wie jetzt – keine monatlichen Plakate mit je 20 Kinder- und Jugendbüchern, die in Buchhandlungen aufgehängt werden. Damit wird nicht nur der Bedeutung der Warengruppe im Buchhandel Rechnung getragen. „Schuld“, wenn man das so sagen kann, waren die *All-Age-Romane*, die monate- wenn nicht jahrelang die Spitzenplätze auf den bisherigen Bestsellerlisten blockierten. Stichwort: Harry Potter, Cornelia Funke. Daher eine eigene Bestsellerliste für Kinder- und Jugendliteratur. Auch das eine interessante Facette des äußeren Gangs der Literatur.

Markt und Zahlen

Im vergangenen Jahr machten Kinder- und Jugendbücher 15,2% des Gesamtumsatzes der Branche in Deutschland aus. Es mag aber überraschen, dass dieses Genre somit die zweitwichtigste Warengruppe im Buchhandel darstellt. Die Situation am österreichischen Buchmarkt ist nicht unähnlich. Da wie dort gehen die Umsätze mal hinauf, mal hinunter, oft je nachdem, ob es ein „Zugpferd“ in der Art von Harry Potter, Cornelia Funke oder Stephenie Meyer gibt. Laut „Buchhandelspanel“, das monatlich im österreichischen Fachorgan *Anzeiger* erscheint, machte die Belletristik im Juli 36,6% des Umsatzes aus (im August waren es urlaubszeitbedingt gar 37,5%), gefolgt von „Ratgeber“ mit 19,2% und das Kinder- und Jugendbuch mit 14,9%. Zu Weihnachten, der wichtigsten Zeit im Jahr für den Buchhandel, legt das Kinder- und Jugendbuch zu. Im April 2011 bestanden fast 18% der Umsätze aus letzterer Warengruppe. Nur der Vollständigkeit halber darf ich erwähnen, dass die Warengruppe Kinder- und Jugendbuch aus acht einzelnen Segmenten besteht: Bilderbücher, dann Vorlesebücher, Märchen, Sagen etc., dann Erstlesealter, Kinderbücher bis 11 Jahre, Jugendliteratur ab 12 Jahren, Biographien, Sachbücher sowie Spielen/Lernen. Die Einteilung in der deutschen Statistik sieht ein wenig anders aus.

Die Frage, wo und von wem Kinder- und Jugendliteratur gekauft wird, interessiert die Branche wie auch die Wissenschaft gleichermaßen. Zur ersten Frage wurde Ende 2010/Anfang 2011 eine Studie vorgelegt, und zwar von der Arbeitsgemeinschaft von Jugendbuchverlagen e.V. in Deutschland gemeinsam mit dem *Börsenblatt*. Über alle Altersgruppen der Käufer hinweg werden solche Bücher übrigens am meisten in der traditionellen Sortimentsbuchhandlung gekauft. Doppelt so oft, wie über eine Versandbuchhandlung oder im Internet. (Quelle: *Börsenblatt Spezial/Kinder- und Jugendbuch 2010*, S. 8-10 sowie *Anzeiger*, Jänner 2011, S. 34)

In der Regel finden sich die meisten Käufer unter den Eltern, Großeltern und Verwandten. Eine deutsche Studie aus dem Vorjahr ergab, dass die meisten Kinder- und Jugendbücher von Kunden in der Altersgruppe zwischen 30 und 39 Jahren (26%) und zwischen 40 und 49 Jahren (21%) gekauft werden. (*Börsenblatt*, Nr. 45, 2010, S. 18-20; hier S. 19).

Bevor ich noch zu den österreichischen Verlagen komme, die Kinder- und Jugendliteratur verlegen, möchte ich die Beobachtung eines deutschen Kinder- und Jugendliteraturverlegers wiedergeben, die einen etwas nachdenklich stimmen könnte, erst recht in einer Zeit, in der wir so viel von Leseschwäche und funktionalem Analphabe-

tentum hören. Der Verleger bestätigt einmal mehr den ohnehin sichtbaren *Medienwandel*, der sich sowohl unter erwachsenen als auch unter jugendlichen Lesern in den letzten Jahren vollzogen hat. In einem Interview mit dem *Börsenblatt* meinte Edmund Jacoby, dass „vor allem Käufer aus niedrigen Bildungsschichten (...) sich mehr elektronischen Angeboten“ zuwenden würden. Die Schere zwischen bildungsaffinen, begüterten Jugendbuchkäufern und bildungsferneren Schichten gehe, so Jacoby, immer weiter auseinander. (*Börsenblatt*, Nr. 7, 2011, S. 42) Wir landen nolens volens wieder bei der „Pisa“-Debatte.

Österreichische Verlage mit Kinder- und Jugendbüchern im Programm

Ich komme nun zu den gegenwärtigen österreichischen Verlagen mit Kinder- und Jugendbüchern im Programm. Ich habe die Formulierung bewusst gewählt, weil viele dieser Verlage *auch*, aber nicht *ausschließlich* Kinder- und Jugendliteratur verlegen. Bei meinen Recherchen bin ich überraschender Weise auf mehr als zwei Dutzend aktive Verlage gestoßen, die meisten davon in Wien. Ich möchte sie kurz in chronologischer Reihenfolge vorstellen, ohne auf eine Programmanalyse einzugehen. Die Palette ist bunt und vielfältig und besteht aus Verlagen, die nur sporadisch Kinder- und Jugendbücher oder nur einige wenige Titel im Jahr herausbringen sowie aus jenen, die einen Schwerpunkt in der Produktion haben.

St. Gabriel Verlag

Wie der Jugend & Volk Verlag ist auch der 1901 in Wien gegründete Sankt Gabriel Verlag nicht mehr im Kinder- und Jugendbuchbereich tätig, d.h. seitdem er im Jahr 2000 Opfer deutscher Konzernpolitik wurde. Der Anfang vom Ende des angesehenen Kinder- und Jugendliteraturverlags kam Anfang 1998, als der Verlag vom Kreuz Verlag, Stuttgart-Zürich, übernommen wurde und nicht mehr selbständiges Unternehmen war. Mitte 2000 wurde er an den Stuttgarter K. Thienemann Verlag verkauft. Künftig sollten Gabriel-Titel nunmehr als Imprint auf den Markt kommen. Seit den 1970er Jahren bildete das Kinder- und Jugendbuch den Schwerpunkt des Verlagsprogramms. Zu dessen Stammautoren zählten etwa Martin Auer und Gerald Jatzek. Zum Zeitpunkt des letzten, endgültigen Verkaufs hatte der Gabriel Verlag ca. 80 lieferbare Titel im Programm.

Verlagsanstalt Tyrolia

Die Verlagsanstalt Tyrolia (Innsbruck – Wien) wurde 1888 als „Katholischer Pressverein“ in Brixen (Südtirol) gegründet und existiert unter dem jetzigen Namen seit 1907. Kinder- und Jugendbücher zählen zu den vier Bereichen der Buchproduktion, wobei man den Verlag vielleicht eher mit Religion und Theologie bzw. Tirolensien assoziiert. Zu den Kinderbuchautoren des Verlags zählen Bernhard Lins, Gertrud Fussenegger und Lene Mayer-Skumanz.

Jugend & Volk Verlag

Die Gründung des **Jugend & Volk** Verlags durch die Stadt Wien im Jahr 1921 ist in Zusammenhang mit Schulreform und modernen Lehrbüchern zu sehen. Nach Jahrzehnten als einer der führenden Kinder- und Jugendbuchverlage nach 1945 ist er heute sozusagen zu seinen Wurzeln zurückgekehrt und hat sich von allem, was nicht Fachbuch ist, getrennt. Nach 1945 feierte der Verlag große Erfolge, etwa mit dem Jugendlexikon *Die Welt von A bis Z* sowie *Die Kinderwelt von A bis Z*. Letztere erreichte 22 Auflagen in deutscher Sprache. Die „Murli Brumm“-Serie war beispielsweise auch sehr erfolgreich. Bis 1994 hat sich Jugend & Volk auch mit Kinderbüchern einen Namen gemacht und prominente Autoren wie Karl Bruckner, Mira Lobe und Christine Nöstlinger im Programm gehabt. Mit dem Eigentümerwechsel (zu Wolters Kluwer) Mitte der 1990er Jahre war dann damit Schluss. Der Verlag feiert in diesem Jahr seinen 90. Geburtstag. (Dazu: Jugend & Volk feiert. In: *Anzeiger*, April 2011, S. 14.

Jungbrunnen Verlag

Der älteste noch bestehende Kinder- und Jugendliteraturverlag ist der 1923 vom sozialistischen Verein „Kinderfreunde“ gegründete *Jungbrunnen Verlag*, der sich zunächst nicht als Verlag für Kinder- und Jugendbücher verstanden hat, sondern Jugenderziehung fördern wollte. Er musste 1934, zu Beginn des Ständestaates, den Betrieb einstellen und wurde nach dem Zweiten Weltkrieg neu gegründet. Der Verlag ist laut Homepage „aus dem Anspruch heraus entstanden, Kindern und Jugendli-

chen, die wenig Möglichkeiten hatten, an Bücher heranzukommen, gute Literatur zur Verfügung zu stellen“. Zu den prominenten Verlagsautorinnen zählen u.v.a. Mira Lobe und Vera Ferra-Mikura. Das derzeitige Programm umfasst etwa 110 Titel. In der neuesten Ausgabe der Buchhandelszeitschrift *Anzeiger* ist davon die Rede, dass der Jungbrunnen Verlag an die 50 Verträge mit chinesischen Verlagen abgeschlossen hat. Die chinesische Ausgabe eines Buches von Mira Lobe, *Omama im Apfelbaum*, (erstmal Mitte der 1960er Jahre erschienen!) entpuppt sich als Bestseller. Allein im ersten Halbjahr 2011 wurden mehr als 33.000 Exemplare verkauft. Das ist nur ein Beispiel dafür, welche Bedeutung der Verkauf von Lizenzen vor allem im Bereich Kinder- und Jugendbuch hat. Ein normaler belletristischer Verlag in Österreich schließt nie so viele Lizenzverträge ab. Die Verbreitung österreichischer Kinder- und Jugendliteratur in Übersetzungen wäre ein Thema für sich.

Ueberreuter Verlag

Nach dem Zweiten Weltkrieg widmeten sich Verlage wie Ueberreuter verstärkt der Sparte Kinder- und Jugendliteratur und waren damit äußerst erfolgreich. Heute ist der 1946 gegründete **Verlag Carl Ueberreuter** nicht nur der größte private Publikumsverlag in Österreich, er zählt auch zu den führenden Kinder- und Jugendbuchverlagen im deutschsprachigen Raum. Das Programm, das aus ca. 450 lieferbaren Titeln besteht, umfasst alles von Fantasy-Literatur bis zu Kinderbuch-Klassikern sowie Büchern für Erstleser. Auch Ueberreuter verkauft viele Lizenzen nach Asien. In diesem Zusammenhang ist auch der erfolgreiche **Annette Betz Verlag** zu nennen. Er wurde 1958 in München gegründet und gehört seit 1962 zum Verlag Carl Ueberreuter.

Verlag Julius Breitschopf

1947 erschien der erste Kinder- und Jugendbuch-Verlagskatalog im **Breitschopf Verlag** in Wien. Der jetzige Sitz ist Klosterneuburg. Die Verlagsphilosophie ähnelt der anderer Kinder- und Jugendverlage: „Alles, was Kindern Spaß und Freude macht und sie in ihrer Entwicklung weiter führt“. So Julius Peter Breitschopf.

<http://breitschopf-ver->

lag.com/cms/index.php?option=com_content&task=view&id=60&Itemid=67&lang=de
AT.

Besonders erfolgreich sind die Geschichten mit *Puckerl und Muckerl*, die seit 1950 erscheinen. Derzeit findet im Stadtmuseum Klosterneuburg eine Ausstellung mit Illustrationen aus dem Programm des Breitschopf-Verlags in den 1950er Jahren statt.

Obelisk Verlag

Der **Obelisk-Verlag** in Innsbruck veröffentlicht seit 1967 ausschließlich Kinder- und Jugendbücher und hat ein reichhaltiges, gegenwartsbezogenes Programm, das Werke von Mira Lobe, Vera Ferra-Mikura, Käthe Recheis, Lene Mayer-Skumanz, Georg Bydlinki, Friedl Hofbauer, Heinz Janisch, Renate Welsh und Chantal Schreiber, um nur einige zu nennen, umfasst. Eine Besonderheit im Programm ist die kleine Bibliothek österreichischer Kinderliteratur unter dem Namen die „Neuen Club-Taschenbücher“, von denen seit Mitte der 1970er Jahre über 250 Bände erschienen sind. Dass Kinderbücher auch Longseller sein können, zeigt das Beispiel des Kinderbuchklassikers *Der Kater Konstantin* von Walter Wippersberg. Der Autor erhielt im Juni dieses Jahres ein so genanntes „Goldenes Buch“ für den Verkauf von 30.000 Exemplaren.

Neugebauer Press/Michael Neugebauer Verlag/Michael Neugebauer Edition/minedition

Die Geschichte des nächsten Verlags zeigt einmal mehr, welche Bedeutung der weltweite Ver- und Ankauf von Lizenzen besonders im Bereich des (illustrierten) Kinder- und Jugendbuches hat. Im Jahr 1979 gründete Michael Neugebauer einen eigenen Verlag in Salzburg, die *Neugebauer Press*. Wie man im Verlagsprofil nachlesen kann: „Hochwertig illustrierte Bücher für Kinder und Erwachsene von inzwischen weltbekannten Autoren sind seitdem sein Markenzeichen.“ Als Beispiel möchte ich erwähnen, dass die offiziellen Ausstellungskataloge der Kinderbuchmesse in Bologna bei Neugebauer erschienen sind. Doch die Firma blieb nicht in Salzburg: Von 1993 bis 2003 firmierte sein Programm als Imprint Michael Neugebauer Verlag unter dem Dach der Nord Süd AG in Zürich in der Schweiz. Hier entwickelte Neugebauer

als Lektor und Buchgestalter die bekannte und beliebte PAULI Serie. (Nebenbei bemerkt: Herwig Bitsche, der bis Ende 2010 Leiter des Residenz Verlags in St. Pölten war, übernimmt demnächst die Geschäftsführung des Zürcher Verlags.) Im Jahr 2004 gründete Neugebauer wieder einen eigenen Verlag, und zwar mit dem Namen *michael neugebauer edition* – kurz *minedition* – in Norddeutschland. Der Hauptsitz des Verlags befindet sich in Hong Kong, von wo aus er auch mit vielen Partnerverlagen arbeitet. Einige Titel aus dem Verlagsprogramm sind in über 30 Sprachen erhältlich. Wie andere Kinder- und Jugendbuchverlage auch, hat die Michael Neugebauer Edition eine konkrete Programmphilosophie, die ich hier zitieren möchte: „Wenn Kinder sich mit besonderen Büchern beschäftigen, haben sie die Chance, Bilder und Geschichten kennenzulernen, die verzaubern. Darüber hinaus lernen sie ein tiefes Bewusstsein für Kunst und Sprache. Unsere Bücher erziehen zu einem besseren Verständnis und einer größeren Wertschätzung der multikulturellen Welt, in der wir leben.“

Picus Verlag

Das Programm des 1984 in Wien gegründeten **Picus Verlags** hat viele Gesichter, darunter Kinderbücher mit hohem literarischem Anspruch. Ich zitiere die Selbstdarstellung auf der Verlagswebsite: „Das stark international ausgerichtete Kinderbuchprogramm definiert Kinderliteratur in erster Linie als Literatur. Nicht pädagogisch-didaktische Kriterien stehen im Vordergrund, sondern die Qualität von Geschichte und Illustration, die liebevolle Ausstattung und ein oftmals augenzwinkernder Humor. Bilderbücher mit künstlerischem Anspruch nehmen einen wichtigen Platz im Programm des Picus Verlags ein“. Zu den erfolgreichen Reihen zählt „Das Tagebuch der verflixten Hexe“. Über die Jahre hat der Verlag zahlreiche Auszeichnungen und Preise gewonnen.

Dachs-Verlag

Der 1984 in Wien gegründete Kinderbuchverlag namens **Dachs-Verlag** existiert in der ursprünglichen Form nicht mehr. Seit 2001 gehörte er dem deutschen Verlagskonzern Patmos und Anfang 2006 wechselte der Sitz des Wiener Verlags zum Mutterhaus nach Düsseldorf, wo Lager, Rechte und die Marke Dachs liegen. Zwischen-

durch, d.h. zwischen 1992 und 1995, war der Dachs Verlag am Jugend & Volk Verlag beteiligt. Zu Beginn der Verlagstätigkeit in Wien sagte der Gründer Hubert Hladei in einem Interview vor einigen Jahren: „Ich wollte Bücher für Kinder machen, die ihnen Freude bereiten und eine Botschaft vermitteln. Einen wesentlichen Schwerpunkt bildete über lange Jahre die Aufarbeitung der Zeitgeschichte.“ (*Anzeiger*, September 04, S. 10). Wie andere heimische Verlage mit einem inzwischen umfangreicheren Programm verkaufte der Dachs Verlag auch viele Lizenzen ins Ausland. 2004 war der Verlag am Umsatz gemessen immerhin der zweitgrößte Kinderbuchverlag in Österreich (*Sortimenter-Brief* 9/04, S. 50). Zu den wichtigsten Autoren zählt(e) Christine Nöstlinger. Besonders erfolgreich war das Werk *Buchstabendschungel* von Ursula Poznanski im Jahre 2003. Andere Verlagsautorinnen sind Friedl Hofbauer und Käthe Recheis. Seit 2006 wird das Dachs-Programm nur insofern weitergeführt, als der Konzern den Dachs-Autoren angeboten hat, unter der deutschen Marke Sauerländer weiter zu schreiben.

Hecht Verlag

Der in Hard in Vorarlberg ansässige und 1984 gegründete **Hecht Verlag** ist nach eigener Darstellung auf „Erlesene Vorarlberger Literatur“ spezialisiert. Im Programm gibt es allerdings auch einige wenige Kinderbücher.

Bibliothek der Provinz

Die 1989 von Richard Pils gegründete, in Weitra beheimate **Bibliothek der Provinz** zählt zu den aktiven Verlagen, die auch Kinder- und Jugendliteratur im Programm haben. Und zwar wie folgt aufgeteilt: Kindersagen, Kindermärchen, Bilderbücher, Kinderliteratur und Kindergedichte. Die Verlagsgeschichte gibt an, dass die Bibliothek der Provinz in letzter Zeit Kinderbücher verlegt, „die nicht dem Mainstream der Bilderbücher folgen, sondern sowohl inhaltlich als auch in der Illustration Lücken in den Bücherregalen füllen“. (<http://www.bibliothekderprovinz.at/>)

Edition Splitter

Die vor 20 Jahren in Wien gegründete **Edition Splitter** hat ein erlesenes Programm, das auch Kinder- und Jugendliteratur umfasst. Derzeit werden vier Titel, darunter ein Werk von Elfriede Gerstl, angeboten.

Berenkamp Verlag

Der seit 1991 in Innsbruck tätige **Berenkamp-Verlag** verlegt Belletristik, Tirolensien, Sachbücher, wissenschaftliche Bücher, aber auch Kinderbücher, von denen vier auf der Webseite des Verlages angeboten werden.

G&G Kinder- und Jugendbuchverlag

1998 sah die Gründung eines neuen Kinder- und Jugendbuchverlags, nämlich **G&G Kinder- und Jugendbuch**, der von Georg Glöckler geleitet wird. Das Startprogramm im Herbst 1998 umfasste 14 Titel. In zunächst vier Reihen – Abenteuer, Tiere, Grusel und Krimi – erschienen für die Zielgruppe der sieben bis 15jährigen laminierte Pappbände. Wie der Name sagt, bringt der Verlag ausschließlich Kinder- und Jugendbücher heraus und verlegt in erster Linie österreichische Autoren. Mittlerweile umfasst das Programm über 150 lieferbare Titel für Kinder und Jugendliche im Alter von 3 bis 16 Jahren. „Die Schwerpunkte Leseförderung und Leseanimation wurden 2003 durch die Übernahme des ‚alten‘ Jugend & Volk-Programms mit Bilder-, Vorlese- und Erstlesebüchern erweitert.“ (*Büchereiperspektiven* 04/06, S. 33). Der Verlag macht ca. 1/3 seines Umsatzes mit Novitäten, den Rest mit Backlist. (*Sortimenter-Brief* 2/09, S. 3) Erwähnenswert in Hinblick auf Leseförderung ist der „Lesezug“: „Das Konzept für die Lesezug-Reihe wurde von engagierten Eltern und PädagogInnen entworfen. Österreichische AutorInnen haben bei der Umsetzung besonderen Wert auf die österreichische Sprache und österreichische Ausdrücke gelegt. (...) Die Textlängen und die Illustrationen sind an das Leseverhalten der jeweiligen Altersgruppe angepasst – so wird zum Lesen motiviert und die Lesekompetenz gestärkt. (www.lesezug.at).

Adinkra Verlag

Ein Exote unter den kleinen Kinder- und Jugendbuchverlagen ist der im oberösterreichischen Leonding ansässige **Adinkra Verlag**, dessen erste Publikation 1999 er-

schien. Er nennt sich Verlag für afrikanische Literatur und Kulturbegegnungen und wird von dem aus Ghana stammenden Patrick K. Addai geleitet. Dieser ist auch Verfasser der meisten bislang erschienenen Verlagswerke für Kinder und Jugendliche.

Nilpferd in Residenz

Das Nilpferd-Kinderbuchprogramm im NP-Buchverlag wurde im Herbst 2001 ins Leben gerufen. „Am Anfang lag der Fokus auf österreichischen AutorInnen und IllustratorInnen, das Programm war zudem dezidiert künstlerisch ausgerichtet und an der Grenze zwischen Kinderbilderbuch und Kunstbuch für Erwachsene angesiedelt.“ (*Anzeiger*, Juli 2011, S. 17) 2006 bekam das Nilpferd eine neue Heimat und heißt nun Nilpferd in Residenz. „Das Niederösterreichische Pressehaus hatte den Residenz Verlag gekauft, und alle Bereiche (...) sollten unter der Marke Residenz zusammengefasst werden. So kam es zum Namen **Nilpferd in Residenz**. Damit zusammengefallen ist auch die programmatische Neuausrichtung. Nach wie vor werden im Nilpferd-Programm illustrierte Bücher in hochwertiger Ausstattung verlegt, allerdings ganz explizit als Bücher für Kinder.“ (ebda.) Mittlerweile sind über 140 Bücher in diesem Programm erschienen, darunter welche von Christine Nöstlinger sowie von Gerda Anger-Schmidt und Renate Habinger. 125 Nilpferd-Titel wurden in 19 Sprachen übersetzt.

Luftschacht Verlag

Luftschacht wurde im Jahr 2001 von zwei Absolventen der Wiener Germanistik gegründet und ist sowohl als Independent Verlag als auch als Publikumsverlag zu sehen. Das erste echte Programm begann 2003. Neben Belletristik und Comics verlegt **Luftschacht** auch illustrierte Kinderbücher.

(http://www.luftschacht.com/fileadmin/pdfs/Luftschacht__BuchMarkt__2009-12.pdf)

Edition Tandem

Die **Edition Tandem**, die sich ‚Der Verlag für LiebhaberInnen‘ nennt, ist in Salzburg beheimatet. Der Verlagsleiter Volker Toth hat das erste Buch im Jahr 2002 herausgebracht und 2007 den Verlag an eigenständiges Unternehmen angemeldet. Seit-

dem sind fast 90 Bücher und CDs, darunter auch Kinder- und Jugendliteratur, erschienen. Das Programm Kinder- und Jugendbuch umfasst derzeit etwa 19 Titel, darunter Bücher von Georg Bydlinski.

Edition Portisch

Zu den wohl kleinsten Verlagsunternehmen, das eher als Eigenverlag einzustufen ist, zählt die **Edition Portisch**. Einzige Autorin bisher ist Traudi Reich, die Frau des bekannten Journalisten Hugo Portisch und Verfasserin mehrerer Kinderbücher, darunter die Bestseller *Ich und Du* und *Hänschen Klein*. Nach der ersten Verlagsnovität 2007 ist voriges Jahr das Buch *Nogi und der Zug der schwarzen Vögel* erschienen.

Edition Buche

Die **Edition Buche** ist in Stainz in der Steiermark beheimatet und wurde von Maria-Bernadette Ehrenhuber gegründet. Sie nennt sich „Verlag für Gegenwelten“ und weist ein kleines, sagen wir alternatives Programm auf. Auf dem Gebiet der Kinder- und Jugendliteratur hat die Edition Buche die Reihe „Junge Bücher“ anzubieten. Diese sind nach eigener Darstellung „für den LeserInnennachwuchs gedacht“. Die ersten Publikationen sind aus dem Jahr 2008.

Stahlente Verlag

Ein kleines Unternehmen, das Anfang 2008 in Klosterneuburg gegründet wurde – der **Stahlente Verlag** – hat derzeit insgesamt fünf Bücher, darunter welche für Kinder und Jugendliche, sowie non-books im Programm.

Wiener Dom-Verlag

Ein relativer Neuankömmling im Bereich Kinderbuch-Programm – es gibt ihn erst seit 2009 – ist der **Wiener Dom-Verlag**. Nach eigener Darstellung widmet sich das Programm „sowohl existentiellen Fragestellungen, als auch sozial und religiös orientierten Themen“. (www.domverlag.at).

edition-o

Ein Newcomer am österreichischen Markt ist die 2010 in Wien gegründete **edition-o**. Sie nennt sich „ein Produkt des Verlagsbüros Karl Schwarzer“ und ist auf Neuauflagen von österreichischen Kinderbüchern für Leser zwischen 9 und 11 Jahren spezialisiert. Bis dato umfasst das Angebot sechs Titel. Unter den Autoren befinden sich Barbara Frischmuth, Lene Mayer-Skumanz und Erich Schleyer.

Ennsthaler Verlag

Der Vollständigkeit halber sei ein weiterer Verlag genannt, der gelegentlich Kinderbücher herausbringt. Es handelt sich um den in Steyr in Oberösterreich ansässigen **Ennsthaler Verlag**.

Novum. Verlag für Neuauf Autoren

Zum Schluss möchte ich ein Verlagsunternehmen nennen, über das in Internetforen sehr kontrovers, meist negativ, diskutiert wird und in seinem Buchangebot mehrere Kinder- und Jugendbücher aufweist. Ich meide hier das Wort „Programm“, weil es sich nach allen gängigen Kriterien um einen Selbstzahler- bzw. Druckkostenzuschussverlag handelt. Nach eigenem Verständnis ist er allerdings ein „Dienstleistungsverlag“. Das bedeutet, dass ein Autor/eine Autorin für das Verlegen eines nicht eigens lektorierten Manuskripts je nach vereinbarter Auflage und Gestaltung sowie je nach Umfang von 2500 bis weit über 4000 Euro selbst berappen muss. Bei manchen solchen Verlagen verpflichtet man sich auch noch zu einer Mindestabnahme des eigenen Buches und zum Anspruch auf ein Honorar erst ab einer bestimmten Verkaufszahl. Zugegeben: Selbstzahlerverlage, vor denen die IG Autorinnen Autoren warnt, sind nicht ausschließlich im Kinderbuchbereich anzutreffen. Das Unternehmen heißt übrigens: **Novum. Verlag für Neuauf Autoren**.

In der obigen Vorstellung von *aktiven* Kinder- und Jugendbuchverlagen hat es mehrere Firmen gegeben, die unmittelbar nach dem Zweiten Weltkrieg neu gegründet oder wieder gegründet wurden. Ich möchte an dieser Stelle ein-zwei Unternehmen nennen, die lang nicht mehr tätig sind, aber für die Verbreitung von Kinder- und

Jugendliteratur vor allem in der Zeit bis zum Staatsvertrag im Jahre 1955 eine entscheidende Rolle spielten. Deren Geschichte ist Zeit-, Verlags- und Literaturgeschichte zugleich. Die Rede ist von dem von Redakteuren der Tageszeitung *Neues Österreich* im Jahr 1945 gegründeten **Schönbrunn Verlag**. Ab 1948 unter der Leitung von Hans Goldschmidt konzentrierte sich die Produktion auf Kinder- und Jugendbücher und das erwies sich in dieser Zeit als einträgliches Geschäft. Mit Karl Bruckners *Spatzenelf* landete der Verlag einen Bestseller, aber jene Autorin, die dem Verlag am meisten Gewinn brachte, war Mira Lobe. Im Zeitraum 1945 bis 1955 wichtig zu beobachten, ist die Rolle der Kulturpolitik der vier Alliierten in Österreich im Verlagsbereich. Hier ist die *politische* Geschichte ein wesentlicher Bestandteil der Verlagsgeschichte. Damit komme ich zum Parteiverlag der Kommunistischen Partei Österreichs, der KPÖ, nämlich dem **Globus Verlag**. Die KPÖ, die heute statistisch kaum wahrnehmbar ist, hatte zumindest bis zu den ersten freien Wahlen dank der Sowjetunion noch erhebliches Gewicht. Globus war fast zehn Jahre als Buchverlag tätig, und von Anfang an zählte das Kinder- und Jugendbuch zu den wichtigsten Bereichen der Buchproduktion. Das Kinderbuch machte ja ca. ein Fünftel der Buchproduktion aus. Es liegt zwar eine Monographie über den Globus Verlag vor, aber eine nähere Untersuchung der Kinderbuchproduktion wäre lohnend. Weiters untersuchenswert wäre ein Verlag mit Namen **Amandus Edition**, der ab 1946 die sehr populäre *Orion Roman-Serie* für Jugendliche sowie die kurzlebige *Marabu-Jugend-Serie* in Heftform verlegte.

Ich habe bisher nur über Kinder- und Jugendbuchverlage *nach* 1945 – ob aktiv oder nicht mehr aktiv – gesprochen. Aber die Sparte Kinder- und Jugendbuch-Verlag hat in Österreich eine lange Tradition, die mit Namen wie Gerlachs Jugendbücherei, Konegens Kinderbücher und Konegens Jugendschriften sowie dem Sesam Verlag eng verbunden ist. Details finden Sie im monumentalen Werk von Friedrich C. Heller aus dem Jahr 2008 *Die bunte Welt. Handbuch zum künstlerisch illustrierten Kinderbuch in Wien 1890-1938*.

Kinderbuchmarkt im Wandel

Wie bereits erwähnt, ist der gesamte Buchmarkt im Wandel und das trifft auch das Segment Kinder- und Jugendliteratur. In diesem Zusammenhang möchte ich stich-

wortartig auf einige Entwicklungen und Trends hinweisen, die für die aktuelle Kinder- und Jugendliteraturforschung interessant sein könnten.

Stichwort Fantasy-Literatur bzw. Vampir-Bücher.

Die Popularität dieses Genres kann niemandem entgangen sein, der den Buchmarkt der letzten Jahre – spätestens seit Harry Potter – verfolgt hat. Die Liste der zehn am meisten verkauften Jugendbücher des Jahres 2010 ist von so genannten All-Age-Romanen – konkret von Fantasy-Romanen – geprägt. Vom Marketingstandpunkt aus versteht man darunter, Bücher, die alters- und generationenübergreifend sind, Bücher, die verschiedene Adressaten bzw. Zielgruppen haben. Zwei Autoren belegen acht der zehn Plätze, nämlich Stephenie Meyer (mit fünf Titeln) und Jeff Kinney mit *Gregs Tagebuch* drei Mal! Voriges Jahr verkaufte der Carlsen Verlag in Deutschland nicht weniger als 2,2 Millionen „Biss“-Bücher. Seit dem Beginn der Serie im Februar 2006 hat man insgesamt 10 Millionen Exemplare verkauft. Was die Greg-Bücher betrifft, so hat der Baumhaus Verlag in Deutschland voriges Jahr 1,18 Millionen Exemplare an den Mann gebracht. Seit Beginn der Reihe im Jahr 2008 sind es bald insgesamt 2 Millionen. Es dauerte übrigens nicht lang, bis „Gregs Tagebuch“ für das Kino entdeckt wurde, allerdings kann man nicht von einer klassischen Literaturverfilmung sprechen.

Manche Beobachter führen den Erfolg der Fantasy-Literatur auf das Phänomen der bereits erwähnten All-Age-Bücher zurück. Andere meinen, dass das Manuskriptangebot beim Kinderbuch zurückgehe, weil mit dem Jugendbuch (für Jugendliche ab 13) mehr zu verdienen sei. Eine Begleiterscheinung zu den genannten Erfolgen sind so genannte „Metoo-Bücher“ (quasi: ich bin auch da!), von denen es besonders im Sog von Harry Potter unglaublich viele gibt. Es sind Imitate, das heißt Bücher, die nach den bewährten Erfolgsmustern gestrickt sind, die sehr ähnliche Fantasy-Covers, Titel und Schriftzüge aufweisen. Mit anderen Worten sind viele Verlage und Autoren auf diesen erfolgreichen Zug aufgesprungen. Man braucht nur unter den Anzeigen in der Kinder- und Jugendliteratur-Sondernummer einer Fachzeitschrift zu schauen, um den Eindruck bestätigt zu finden. Nochmals zur Zunahme der Vampir-Literatur, wo immer mehr „Metoo“-Bücher anzutreffen sind. Wenn man in Barsortimentskatalogen unter dem Stichwort „Vampir“ nachschaut, findet man allein für das Jahr 2010 nicht weniger als 160 Novitäten am deutschen Buchmarkt. (*Buch-*

report, Nr. 22, 3.6.2010)! Dabei sind die Titel über Werwölfe, Zombies und andere Schattenwesen gar nicht mitgerechnet.

Lern- bzw. Hörstifte

Zu den vielen Arbeitsfeldern der aktuellen KJL-Forschung gehört auch das Leseverhalten und im weiteren Sinn die *Leseförderung*. Die Debatte über dieses Thema in Wien (Volkschulklassen mit überdurchschnittlich vielen Kindern mit Migrationshintergrund) haben wir in den letzten Jahren verfolgen können. In diesem Herbst hat man mit speziellen Leseförderungsprogrammen begonnen. Welchen Beitrag können die Verlage leisten? Nur als Fußnote: Interessanterweise hat das Sachbuch für Kinder- und Jugendliche im Zuge der „Pisa“-Debatte in Deutschland geradezu bombastische Erfolge gefeiert. Wie erinnerlich, haben die Schüler und Schülerinnen in manchen deutschen Ländern ähnlich schlecht abgeschnitten wie in Österreich. Man könnte hier von einer „historischen Determinante“ sprechen: „Pisa“ löst Kaufboom aus. Aber ich möchte hier von der Einführung von interaktiven Buch-Produkten sprechen. Das Zauberwort heißt „Ting“, was auf Chinesisch „hören“ bedeutet. Es ist ein Lern- oder Hörstift, der via USB-Schnittstelle und Computer auf das Internet zugreift und Bücher, hier Kinderbücher, zu interaktiven Medien macht. In diesem Frühjahr haben neun Buchverlage in Deutschland begonnen, die ersten Bücher, die mit „Ting“ kommunizieren können, zu vermarkten. Der Hörstift wird von den einschlägigen Verlagen entsprechend beworben. Dazu zwei Beispiele. In einer Anzeige des Christophorus Verlags (Reihe: Velber Kinderbuch) heißt es: „Lesen, Lernen & Hören! Mit dem genialen TING-Stift können sich schon Kinder ab 3 Jahren die Bücher selbst vorlesen lassen!“ Beworben werden beispielsweise Bücher über Dinosaurier, Krabbeltiere und Meerestiere. Kostenpunkt knapp unter 12 Euro. Auch Brockhaus ist mit von der Partie. In einer Verlagsanzeige heißt es: „Als die Bücher sprechen lernten. Die einzigartige, neu entwickelte Reihe 'Hören und Entdecken' verbindet das Lesen und Schauen mit dem Hören und schafft so völlig neue Erlebniswelten. Schon die Kleinsten sind begeistert, wenn der TING Stift den Teddy sprechen lässt und die Katze miaut und schnurrt. Und auch über ältere Kinder eröffnet der Hörstift völlig neue akustische Möglichkeiten, um in die Welt der Buchstaben und Wörter einzutauchen.“ Im Angebot findet sich das Werk *Mein erster Hör-Brockhaus*. TING scheint für immer mehr Verlage attraktiv zu sein, denn aus den neun Verlagen im Februar die-

ses Jahres sind inzwischen 18 geworden, die beteiligt sind. „TING. Bringt Leben in Bücher!“ heißt es auf einer eigenen Website (www.ting.eu). Es bleibt noch abzuwarten, ob der Hörstift unter den Leseschwachen Anwendung findet, aber eine interessante Entwicklung ist es allemal.

Fremdsprachige Kinderbücher in globalisierten Zeiten

Eine weitere interessante Entwicklung im Bereich Kinder- und Jugendbuch ist die starke Nachfrage nach fremdsprachiger Kinderliteratur – vor allem in größeren Städten. Der Buchhandel hat vielfach entsprechend darauf reagiert und eigene Fremdsprachenabteilungen besonders mit Jugendbüchern auf Englisch geschaffen. Hierbei beliebt sind auch Titel, die sich auch in Deutsch gut verkaufen. Ein anschauliches Beispiel der letzten Jahre liefern wiederum die Harry Potter-Romane. Jugendliche haben die Originalversion gekauft, weil sie auf das spätere Erscheinen der deutschen Übersetzung nicht warten wollten. Die Tatsache, dass das englische Original nicht preisgebunden war, führte zu einem Preiskrieg unter den Anbietern in Deutschland und Österreich – zur Freude der jungen KäuferInnen! Zu den fremdsprachigen Bestsellern zählen noch *Winnie-the-Pooh* und auch ins Englische übersetzte Klassiker wie *Pippi Longstocking*. Die zunehmende Popularität der fremdsprachigen Kinderliteratur wird auf den Umstand zurückgeführt, dass es unter den Buchkunden viele zweisprachige Familien gibt und auch deutsche Eltern gibt, die Fremdsprachen für ihre Kinder entdeckt haben. Man kann auch davon ausgehen, dass etwa englische Sprachkenntnisse unter den Jugendlichen stark gestiegen sind. Der Markt hat auch auf diese Entwicklung bzw. die gestiegene Nachfrage durch die Herausgabe von mehrsprachigen Kinder- und Jugendbüchern reagiert.

Thematisch-inhaltliche Reaktion der Verlage

Es ist interessant zu beobachten, wie Kinder- und Jugendbuchverlage auf den gesellschaftlichen Wandel thematisch-inhaltlich reagieren und Probleme und Entwicklungen der Gegenwart in ihrer Produktion ansprechen. Das wäre auch ein Feld für die Kinder- und Jugendliteraturforschung. Dazu möchte ich einige Beispiele erwähnen. Das Phänomen kennen wir vom Buchmarkt ganz allgemein: zu einem besonderen Ereignis oder historischen Jubiläum wird der Markt von einschlägigen Büchern

überflutet: ob das WM, EM oder Grand Prix im sportlichen Bereich ist oder aber Monographien, Neuauflagen etc. anlässlich des 100. oder 200. Geburtstags eines Dichters sind. So ist es vor einigen Jahren, in Erinnerung an den Holocaust, speziell für jugendliche Leser zu einer wahren Flut von Sach- und Erinnerungsbüchern wie auch literarischen Aufarbeitungen und Jugendlexika zu diesem Thema gekommen. Und für eine Generation der unter 20jährigen in Deutschland, für die etwa die DDR bereits so etwas wie antike Geschichte ist, haben die Verlage vor zwei Jahren, also 2009, speziell auf den „Mauerfall“ reagiert und sehr viele Jugendbücher zu diesem Thema herausgebracht. Hier sollen Authentizität und Identifikation die Geschichte begreifbar machen. Die Palette reicht vom Pixi-Buch, zum autobiographischen Comic bis hin zum Jugendroman mit Jugendlichen aus beiden früheren Teilen Deutschlands und zum „Wende-Bilderbuch“. Letzteres Buch erzählt z.B. die Geschichten von Janosch aus West- und Anni aus Ostberlin, die in der Mitte des Buches (wieder) zusammenkommen. Es ist für Kinder gedacht.

Entsprechend der demographischen Entwicklung besonders in Deutschland hat der Kinder- und Jugendbuchmarkt auch Migrantenkinder (die streng genommen keine mehr sind) entdeckt. Und eine Analyse des Bilderbuchmarktes aus dem Jahr 2008 hat weiters ergeben, dass es nun „endlich mehr Senioren“ gebe. (*BuchMarkt* März 2008, S. 112-114). Senioren, die nicht bloß Funktionsträger zum Thema Tod oder Kinderbetreuung sind. (Besonders hervorgehoben wird ein 1981 im Wiener Jungbrunnen Verlag erschienenes Buch von Wolf Harranth und Christina Oppermann-Dimov: *Mein Opa ist alt, und ich habe ihn sehr lieb*). Diese neuen/alten „Protagonisten“ führen mich zu einem weiteren interessanten Trend. Stichwort: Patchwork-Familie. Wie wir wissen, ist das Kinder- und Jugendbuch jahrzehntelang, wenn nicht noch länger, von der „DIN A-4-Familie“ – Mutter, Vater, leibliche Tochter, leiblicher Sohn, von der – im wörtlichen Sinn – „Bilderbuchfamilie“ geprägt gewesen. Ich kann mich an das bebilderte Englisch-Lehrbuch in meiner eigenen Schulzeit in Kanada erinnern. Es hat *Dick and Jane* geheißen und die Familie war nach heutiger Diktion DIN A-4. Rückblickend meine ich, dass die dort vermittelten Rollenklischees Anfang der 1950er Jahre heute nicht mehr durchgehen würden! Wobei ich gleich hinzufügen muss, dass dieses Bild der *damaligen* gesellschaftlichen Realität entsprochen hat. Die Mutter ist Hausfrau, kümmert sich um Haushalt und Kinder, der Vater geht arbeiten, kommt am späteren Nachmittag nach Hause, setzt sich bequem ins Fauteuil, liest seine Zeitung, raucht seine Pfeife und lässt sich bedienen, während seine Frau in

der Küche steht und das Abendessen zubereitet. Zu dieser kompakten Familie gehörte auch ein Hund und der hieß „Spot“. Vermutlich ein Dalmatiner. Auch die Darstellung der „Bilderbuch-Familie“ – und ‚Bilderbuch‘ ist hier wörtlich gemeint – hat sich inzwischen am deutschen Buchmarkt gewandelt. Auch das eine Reaktion auf demographische Entwicklungen: in Deutschland soll jede zehnte Familie eine Patchwork-Familie sein und viele meinen, Kinder- und Jugendliteratur soll diese gesellschaftliche Realität – wie auch eine Gesellschaft mit so vielen Alleinerziehenden – widerspiegeln. (Beispiel 2010: Mary Hoffman und Ros Asquith: *Du gehörst dazu*.) Jugendliche Leser sollen erfahren, wie vielfältig die Varianten des Zusammenlebens sein können. Psychologen meinen, solche Darstellungen können Kinder entlasten und ihnen helfen, über die Trennung der Eltern leichter hinwegzukommen, indem sie sehen, dass so etwas auch in anderen Familien vorkommt. (Dazu: Formen von Familie. In: *BuchMarkt* September 2010, S. 102-103).

Animierte Bilderbücher

Ich habe vorhin vom ständig stattfindenden Medienwechsel gesprochen. Dazu gehören in der Sparte Kinder- und Jugendliteratur auch animierte Bilderbücher für eine junge, technikaffine Zielgruppe. Der Markt für digitale Kinder- und Jugendbücher ist seit Einführung der Tablet-PCs in Bewegung geraten, und man könnte sagen, dass die Verlage die jungen Kunden bzw. deren Käufer-Eltern die jungen Leser dort abholen, wo sie zu finden sind. Natürlich bieten auch immer mehr Verlage ihre Kinder- und Jugendbücher als E-Books bzw. „enhanced books“ an. In den Worten eines Wiener Unternehmers: „Der Trend in der Digitalisierung (...) liegt ganz klar im Bereich der Interaktivität. Kinder wollen mit den neuen Medien ‚umgehen‘, mehr tun können als mit einem gedruckten Buch.“ (Kirsten Sturm von der Wiener Blackbetty Mobilmedia GmbH; *Anzeiger*, Februar 2011, S. 29)

Nonbook-Produkte

Zum Abschluss dieses Abschnitts möchte ich so genannte Nonbook-Produkte ansprechen, denn, wie sich herausstellt, entwickeln Kinderbuchfiguren ein Eigenleben. Das englische Wort hat sich im Deutschen eingebürgert und heißt nichts anderes als Produkte, die eben nicht Bücher sind, aber im Bereich des so genannten Crossmedi-

alen Marketings in einer Buchhandlung oder auch außerhalb zum Verkauf angeboten werden. Man könnte auch von „merchandising“ sprechen. Nur als Fußnote: der Non-book-Bereich gewinnt im herkömmlichen stationären Buchhandel immer mehr an Bedeutung. Denn angesichts der zunehmenden Beliebtheit des Online-Buchhandels gehen die Umsätze der Buchhandlung um's Eck zurück und die Sortimentler müssen versuchen, andere Einnahmequellen zu finden. Dieser Bereich wird in der Buchbranche für einen Teil einer Überlebensstrategie gehalten. Nicht zu Unrecht, wie wir sehen werden.

Manche Kinder- und Jugendbuchverlage wie etwa Copenrath in Münster in der Bundesrepublik haben schon längst ein eigenständiges Nonbook-Programm mit Geschenkartikeln eingesetzt. Und dieser Verlag macht rund 50 Prozent seines Nonbook-Umsatzes über den stationären Buchhandel. Vor allem in diesem Marktsegment kennt die Fantasie keine Grenzen. Dazu ein Beispiel. Der Copenrath-Verlag in Deutschland vergibt Lizenzen für den Gebrauch der erfolgreichen Prinzessin Lillifee. Also die Figur nicht nur im Kinderbuch, sondern auch im Regal, etwa in Supermarkt. Der Verlag arbeitet u.a. mit Dr. Oetker zusammen, und Lillifee ziert Backmischungen. Der Verlag verdient an den Lizenzeinnahmen, Dr. Oetker erreicht eine nachwachsende Generation für seine Produkte. Es gibt nicht nur Backzutaten. Da finden sich auch Sticker und Motive zum Ausschneiden in der Packung. So betrachtet wird aus einem Lebensmittel ein Mittel zur Leseförderung.¹ Es gibt andere Kooperationen, wie etwa zwischen der Fast-Food-Kette McDonalds und dem Kinder- und Jugendbuchverlag Beltz & Gelberg. Da werden die populären „Warrior Cats“ von Erin Hunter in den *KinoNews* von McDonalds platziert. Und schließlich arbeitet der bekannte Sportartikelhersteller puma mit dtv junior zusammen – zum gegenseitigen Vorteil. Also keineswegs zufällig findet sich auf dem Cover des ersten Bandes der Jugendreihe „Fünf Asse“ (*Startschuss*) die Abbildung eines besonderen puma-Laufschuhs. Grundüberlegung da wie dort: hohe Sichtbarkeit im Handel. Der Kunde wird in beiden Richtungen an ein Produkt gebunden.

Abschließend sei gesagt, dass der zeitgenössische Kinder- und Jugendliteraturmarkt nicht nur viele Ansätze zur weiteren Forschung bietet. An den Streiflichtern

¹ Dazu: Lillifee zieht ins Supermarktregal. Puma, Nutella, Dr. Oetker, McDonalds: Kinderbuchverlage sind mittlerweile interessante Partner für andere Marken. Und nutzen alle Reize des crossmedialen Marketings. In: *Börsenblatt* 3/2009, S. 24-25. Siehe auch: Film ab und zugeschaut. Marketing. Jetzt soll der Fernseher auch noch in der Buchhandlung laufen – mit Clips, die für die Spitzentitel der Verlage werben. Eine Idee, die das Sortiment gar nicht schlecht findet. In: *Börsenblatt* 52/2007, S. 10-12.

sieht man, dass die Verlagsgeschichte im Bereich der Kinder- und Jugendliteraturforschung viele Disziplinen einbindet.