

Das Buch wird bleiben

von Kurt Weichler | 08. Februar 1985 - 07:00 Uhr

Die Manager der Verlage richten sich mit den elektronischen Geistern ein

Von Kurt Weichler

Vor einem Vierteljahrhundert sagte der amerikanische Medientheoretiker Marshall McLuhan das baldige Ende des Gutenberg-Zeitalters und damit das Verschwinden des Buches voraus. McLuhan starb. 1980. Seine Voraussage lebt weiter. Wo? In einem Buch!

60 000 Bücher werfen die Verlage in der Bundesrepublik Jahr für Jahr auf den Markt. Der Umsatz ist im vergangenen Jahr um 3,5 Prozent gewachsen, die Sortimentsbuchhändler legten sogar fünf Prozent zu. Ergebnisse, die in anderen Wirtschaftssparten neidisch machen.

Trotzdem malen Buchhändler und Verleger schwarze Wolken an den Horizont. Sie sorgen sich um den Platz des Buches in einer sich drastisch verändernden Medienlandschaft. „Milliarden Mark werden für den Ausbau neuer Medien ausgegeben – an anderer Stelle fehlen wenige Millionen für die Anschaffung von Literatur und den Ausbau des öffentlichen Bibliothekswesens“, sagt Günther Christiansen, Vorsteher des Börsenvereins des deutschen Buchhandels.

An McLuhans Endzeitprognose glaubt heute kaum ein Verleger oder Buchhändler, mit Veränderungen der Medienlandschaft zum Schaden des Buches rechnen dagegen beinahe alle. Nüchtern konstatierte der Geschäftsführer und Mitinhaber der Suhrkamp-Gruppe, Siegfried Unseld, auf der Buchmesse im Herbst: „Elektronische Datenspeicherung und Datenverarbeitung werden die Information durch das bedruckte Papier weiter zurückdrängen. Computer werden Schnelldrucker, Fernkopierer steuern. Für aktuelle politische wie auch für wissenschaftliche Information ist das gedruckte Wort zu langsam und zu umständlich geworden.“

Die Verlage haben sich zum Teil schon darauf eingestellt. Suhrkamp setzt die elektronische Datenverarbeitung in seinem Deutschen Klassiker Verlag bereits ein. Sämtliche im Hause erscheinenden Klassiker – von Tolstoi bis Twain, von Stifter bis Storm – sollen in den nächsten Jahren auf magnetisierten Disketten, sogenannten *floppy discs*, gespeichert werden. Ein elektronisches Archiv entsteht, das neuartige Verwertungs- und damit Verdienstmöglichkeiten eröffnet.

Will ein Literaturwissenschaftler wissen, wie oft Johann Wolfgang von Goethe in seinen Werken das Wort „Mond“ benutzt hat, braucht er künftig nicht mehr wochenlang Goethe-

Ausgaben zu wälzen. Auf telephonische Anfrage beim Deutschen Klassiker Verlag hin zählt der Computer.

Auch in Suhrkamps wissenschaftlichem Programm sind die Magnetdisketten auf dem Vormarsch. 1984 erschien das erste Buch, dessen Text der Soziologe Richard Münch nicht mehr als auf Papier getipptes Typoskript, sondern als *floppy disc* an den Verlag gegeben hatte. Das Buch heißt beziehungsreich „Die Struktur der Moderne“.

Bei den Übersetzungen soll die elektronische Datenverarbeitung nach dem Willen der Suhrkamp-Manager ebenfalls zum Zuge kommen. Mit einem Computerhersteller, der preiswerte Textverarbeitungssysteme zwischen 5000 und 7000 Mark anbietet, hat man bereits Kontakt aufgenommen. Das Gerät, so Suhrkamp-Sprecher Christoph Groffy, wolle man den Übersetzern nun „peu à peu“ anbieten.

Übersetzer und Autoren verfolgen die Entwicklung mit Sorge, deuten sich hier doch einschneidende Veränderungen ihrer Arbeitsbedingungen an. Sollten bald jene Schreiber, die bereits am eigenen Bildschirm sitzen, im Vorteil gegenüber ihren Kollegen an der mechanischen Schreibmaschine sein? Wird bald die erste vom Verlag an den Autor gestellte Frage nicht mehr „Was ist das Thema ihrer Arbeit?“ sein, sondern „Paßt ihr Textcomputer zu unserem?“ lauten?

Als sicher kann heute gelten, daß solcher Fortschritt unzählige Arbeitsplätze in der Satztechnik abbaut, während die Folgen für die Lektorate der einzelnen Verlage noch umstritten sind.

Autoren, die bereits einen Computer besitzen, sollten schon das Geld für Nachfolgeinvestitionen zur Seite legen. Das „Bibliographische Institut“ in Mannheim will noch in diesem Jahr die beiden ersten computerisierten Nachschlagewerke auf den Markt bringen. Eines dieser elektronischen Wörterbücher basiert auf dem „Duden“-Wörterbuch, das andere auf dem „Duden“-Handbuch „Sinn- und sachverwandte Wörter“. Vergleichbare Programme haben sich in den USA bereits in hunderttausendfacher Auflage verkauft. Vor allem rechtschreibschwache Autoren können aufatmen: Der Duden auf Diskette macht es möglich, die eigenen Texte elektronisch korrigieren zu lassen!

Schließlich muß hierzulande mit einer weiteren computerabhängigen Entwicklung gerechnet werden. „Publishing on demand“ heißt ein in den USA bereits verbreitetes Verfahren, das als „Literatur auf Abruf“ in deutschen Verlagen Nachahmer finden könnte. Es betrifft in erster Linie die wissenschaftliche Literatur in kleinen Auflagen, also jene Texte, die als Buch zu veröffentlichen nur selten lohnt. Einige dieser Werke werden bald nicht mehr gebunden in Miniaufgabe an die Öffentlichkeit gelangen, sondern nur noch auf die einzelne Bestellung hin in gewünschter Stückzahl ausgedruckt werden. Vorausgesetzt, der gewünschte Text liegt auf Diskette gespeichert im Verlagsarchiv.

Erschüttert die elektronische Datenverarbeitung alte Strukturen vornehmlich im Verlagsbereich, muß sich der Bucheinzelhandel neuerdings vor allem mit der Videocassette auseinandersetzen. Einzelne Buchhändler haben sich bereits den „Förster vom Silberwald“, „Faust“ oder andere Cassetten in die bislang Büchern vorbehaltenen Regale gestellt. Wandelt sich die Buchhandlung zur Mediothek? Peter Czerwonka, Sprecher des Börsenvereins des deutschen Buchhandels, wiegelt ab. Die ersten Erfahrungen mit dem fremden Medium seien nicht sehr erfolgversprechend gewesen.

Ein einjähriger Feldversuch mit 13 Buchhandlungen habe gezeigt, daß die Bildcassette nicht das erhoffte attraktive Zusatzgeschäft sei. Peter Czerwonka: „Für den Buchhändler ist die Videocassette von der Lagerhaltung, der Bedienung, dem Kundengespräch her ein unheimlich artfremder Gegenstand.“ Der Videocassettenmarkt kennt im Gegensatz zum Buchmarkt nicht die feste Preisbindung.

Kostet Umberto Ecos Bestseller „Der Name der Rose“ in jedem Buchladen exakt 39 Mark 80, wird die Videocassette „Der Förster vom Silberwald“ zu unterschiedlichen Preisen offeriert. Videoläden, die höhere Stückzahlen absetzen, können sie billiger anbieten. Darüber hinaus können Videocassetten nicht wie Bücher zurückgegeben werden, so daß die Videoneulinge Gefahr laufen, auf einem Haufen von Ladenhütern sitzen zu bleiben.

Auf knapp 50 schätzte das Fachblatt *Buchmarkt* im Herbst die Zahl der Sortimentler, die das Videogeschäft „ernsthaft und nicht nur vorübergehend“ betreiben wollen. 50 von insgesamt rund 3500 Buchhändlern – das ist eine verschwindend geringe Zahl.

Langfristig liegen die Chancen der Videocassette im Buchhandel nicht im Angebot gängiger Spielfilme, sondern dort, wo sich Buch und Cassette ideal ergänzen können, im Hobby- und Freizeitbereich. Denn wer wissen will, wie man italienische Lasagne macht, kann nicht nur das Kochbuch zu Rate ziehen, sondern sich per Videocassette gleich ansehen, wie der Teig zubereitet wird.

Einige Buchhändler fühlen sich vom Disput über Sinn und Zweck der Videocassette im Buchhandel an einen ähnlichen Streit aus den siebziger Jahren erinnert. Damals ging es um die Schallplatte im Buchhandel. Was von der Aufregung geblieben ist, belegt der Besuch in ein paar Buchläden: von Schallplatten keine Spur.

Stärker als von der Videocassette wird der Buchhandel von einem anderen Produkt des technischen Fortschritts bedroht. Rund 800 000 Photokopierautomaten produzierten im vergangenen Jahr mehr als 25 Milliarden Photokopien. Im nächsten Jahr sollen es schon 30 Milliarden Ablichtungen sein, und ein Ende des Wachstums ist nicht in Sicht. Knapp ein Viertel aller Kopien wird von Büchern und Zeitschriften gezogen. Daran verdienen nur die Photokopierfirmen, nicht aber Verleger, Buchhändler und Autoren – mit kleinen Ausnahmen im Schulbuchbereich.

Hans Peter Bleuel, Vorsitzender des Verbandes deutscher Schriftsteller, spricht deshalb auch von „Diebstahl“. Der Diebstahl geistigen Eigentums geht dem Buchhandel an die Substanz. Die Schulbuchverlage, von drastischen Sparmaßnahmen der öffentlichen Hand betroffen, führen einen Teil ihrer Umsatzverluste direkt auf das Photokopieren zurück. Und über die fünf Millionen Mark Kopierabgabe, die die Bundesländer jährlich auf das Konto der „Verwertungsgesellschaft Wort“ überweisen, können sich die Schulbuchverlage bislang nicht freuen. Es ist zum einen nicht viel Geld, und zum anderen zweigten einige Bundesländer ihren Anteil an der Gesamtsumme einfach von dem Betrag ab, der eigentlich für die Anschaffung neuer Bücher vorgesehen war.

Folglich drängen Verlage und Autoren seit Jahren auf eine Reform des vom technischen Fortschritt überholten Urheberrechts. Zwar wollte die Bundesregierung das Recht schon im vergangenen Jahr reformieren, doch ist sie mit ihren Vorstellungen im Bundesrat aufgelaufen. Der Regierungsentwurf sieht eine „Betreiberabgabe“ von vier Pfennig je Photokopie beziehungsweise zwei Pfennig je Photokopie im Bildungsbereich vor, doch die Länder wollen nur die Hälfte zahlen.

Entwicklungen der beschriebenen Art rütteln am Buchmarkt, ohne ihn ernsthaft zu gefährden. Die Verlage haben sich auf die Zukunft eingestellt und verdienen schon an ihr, zum Beispiel mit Computerliteratur. Experimentiert wird mit verkaufsfördernden Neuerungen wie der „Phonobox“ aus dem Lexikothek Verlag. Das ist ein kleiner schwarzer Lautsprecher, der mit Hilfe einer in die Bücher eingehafteten Schallfolie den Ton zum Text erklingen läßt.

Mehr und mehr kooperieren Buchverlage mit anderen Wirtschaftsunternehmen. Ein Zigarettenhersteller finanziert eine Science-fiction-Reihe, ein anderer publiziert Reisebücher, ein pharmazeutischer Konzern ermöglicht das Erscheinen eines medizinischen Lexikons, und ein Ölmulti steuert ein „Kursbuch Deutschland“ auf den Buchmarkt,

Ein nachteiliger Einfluß der sogenannten „Neuen Medien“ läßt sich zur Zeit nicht belegen. Kabelfernsehen und Bildschirmtext stecken noch in den Kinderschuhen. Werden diese Medien das Buch verdrängen? Sie werden es wahrscheinlich ergänzen und ihm einen neuen Stellenwert verleihen.

Welches andere Medium fördert die Phantasie so wie das Buch? Wo noch läßt sich der Aufnahmeprozeß so individuell steuern wie beim Buch? Ich kann Pause machen, wann ich will, ich kann zweimal lesen, was ich will, und ich kann lesen, wo ich will, sei's im Zug oder auf dem stillen Örtchen.

Um es mit den Worten von Ulrich Wechsler, dem Leiter des Unternehmensbereiches Verlage der Bertelsmann AG, zu sagen: „Auch in fünfzig Jahren wird sich niemand mit einem Fernseher in die Sofaecke kuscheln, niemand wird seine Widmung in eine

Bildplatte ritzen. Und auch in fünfzig Jahren wird es niemandem gelingen, zwischen zwei Bildschirmtextseiten ein Edelweiß zu trocknen.“

COPYRIGHT: ZEIT ONLINE

ADRESSE: <http://www.zeit.de/1985/07/das-buch-wird-bleiben>