

## „Verlagsarbeit ist Gesellschaftsarbeit“<sup>1</sup>

„Das Büchermachen ist aber **von jeher ein Mikrokosmos der Gesellschaft**, in die es eingebettet ist, und spiegelt ihre globalen Entwicklungstendenzen, während es gleichzeitig bis zu einem gewissen Grade die Denkweisen und Konzepte der Gesellschaft prägt (...)“<sup>2</sup> „Seit viele Verlage von Mischkonzernen aufgekauft worden sind, haben sich die politischen Inhalte der in den USA verlegten Bücher radikal verändert. Harper, Random House und Simon & Schuster waren einst Bollwerke des am New Deal orientierten Liberalismus, die Verleger dieser Häuser waren fast alle liberal eingestellt – trotzdem **sind die Neuerscheinungen der amerikanischen Verlage derzeit spürbar rechtslastig**. (...) Mehr als je lassen die Großverlage die Finger von Büchern, deren Position links von der Mitte angesiedelt sind; diese Titel werden heute vor allem von den unabhängigen, alternativen Verlagen u.a. veröffentlicht.“<sup>3</sup>

Schiffrin bedenkt im Unterschied zu Epstein in einer sehr systematischen und klaren Weise den „sozialen Raum“ mit, in dem sich VerlegerInnen als soziale AkteurInnen bewegen. Verlage sind, makroskopisch betrachtet, ein Segment der Gesellschaft, das politische und ökonomische Veränderungen des Ganzen seismographisch widerspiegelt. Schiffrin sieht Verlagsarbeit im Kontext von Gesellschaft und unterscheidet sich dadurch wesentlich von Epstein. In Schiffrins „verlegerischem Bewusstsein“ wird nicht der finanzielle Profit der eigenen Firma als der erstrebenswerteste Beitrag zu einem Gesellschaftsganzen angesehen, sondern es werden tatsächlich noch Überlegungen darüber angestellt, welche politischen, historischen, soziologischen Themen aktuell zur Differenzierung des öffentlichen, medialen Bewusstseins beitragen könnten. Schiffrin setzt im Gegensatz zu anderen ein Interesse an differenzierter, politischer und gesellschaftskritischer Darstellung auch bei breiten Bevölkerungsschichten voraus.

Die Übernahme der Verlagsbranche durch Mischkonzerne hat eine wichtige politische Auswirkung: Politisch links orientierte Bücher werden am amerikanischen Buchmarkt so gut wie nicht mehr verlegt. Nicht mehr die ideologische Einstellung einzelner VerlegerInnen spielt in ihrer Heterogenität eine Rolle, sondern die an ökonomischen Interessen ausgerichteten Kalküle der Großkonzerne bestimmen die Kriterien für die Zensur.<sup>4</sup>

## „Zensur durch den Markt“<sup>5</sup>

„Seit den zwanziger Jahren bis in die achtziger Jahre lag der Gewinn der US-Verlage bei durchschnittlich etwa 4 Prozent. In den neuen Medienmischkonzernen jedoch sind nun auch im Buchbereich Durchschnittsgewinne von ca. 15 Prozent angestrebt. Solche Margen sind, wenn überhaupt, nur mit so hohen Mindestauflagen erreichbar, dass Autoren wie Kafka, Joyce oder Svevo nie auch nur den Hauch einer Chance auf Veröffentlichung gehabt hätten, von Lyrik ganz zu schweigen. Verschlimmert wird in den Staaten die Situation noch durch die außerordentliche Konzentration im Buchhandel. Die großen Ketten wie „Barnes & Noble“ oder „B. Dalton“ verkaufen mehr als die Hälfte aller im Einzelhandel vertriebenen Bücher. Und diese riesigen Läden arbeiten selbstredend nach denselben ökonomischen Prämissen. Zumal die großen Buchhandelsketten ihr Nachfragemonopol nutzen, von den Verlagen erhebliche Summen für gemeinsame Werbung abzupressen – Summen, die die kleineren Verlage schlicht nicht aufbringen können. Unter diesen Bedingungen ist es längst opportun, von Marktzensur zu sprechen.“<sup>6</sup>

A. Schiffrin spricht, die amerikanischen Verhältnisse im Verlagswesen betreffend, von einer Zensur durch den Markt. Schwer lesbare, innovative oder auch gesellschaftskritische Bücher, Bücher, die auf kleine, spezifische Gruppen von LeserInnen zielen, werden in Zukunft nicht mehr produziert werden, weil sie keine hohen Mindestauflagen erreichen. Alternative kleine autonome Verlage werden es in Zukunft immer schwieriger haben ihre Nischenprodukte anzubringen. Es gibt keine Umverteilung, keine Querfinanzierung in dieser Ideologie, weder finanzieren die Bestseller die Lyrik-Bände, noch unterstützen die Wohlhabenden die Mittellosen!

### **Initialfragen für die Diskussion:**

#### **Wie beurteilt ihr Mono- bzw. Oligopolbildung (von Medienimperien) am freien Markt?**

„Von unverzerrtem Wettbewerb oder einem freien Markt kann im amerikanischen Verlagswesen heute ohnehin nicht mehr die Rede sein – was wir sehen, ist die klassische Situation des Oligopols, ja fast schon Monopols. Die über die verschachtelte Besitzstruktur ermöglichten Verbindungen der Großkonzerne zu anderen Medien räumen diesen unglaubliche Vorteile ein, was die Berichterstattung und Werbung in der Tagespresse, im Fernsehen und in den Zeitungen betrifft.“<sup>7</sup>

Wie beurteilt ihr Regierungen, die es zulassen, dass die vielbeschworene Wettbewerbsfreiheit durch Kartellbildungen von riesigen (Medien-)Konzernen (Fernsehen, Zeitungen, Radio, Verlage) eingeschränkt wird? Was lässt sich aber dagegen tun?

<sup>1</sup> Egon Ammann: Frankfurter Buchmesse. Diener vieler Herren, in: Der Tagesspiegel. Nachrichten. Kultur am 19.10.2000

<sup>2</sup> ebd. S.7

<sup>3</sup> ebd. S.80

<sup>4</sup> André Schiffrin: Verlage ohne Verleger. Über die Zukunft der Bücher. Berlin: Wagenbach. 2000. S.81

<sup>5</sup> Thomas Geiger, in der Frankfurter Rundschau online am 22.10.2000

<sup>6</sup> Thomas Geiger: „Zensur durch den Markt“, in der Frankfurter Rundschau online am 22.10.2000.

<sup>7</sup> Schiffrin: 2000. S.100

### **Gibt es eine „Zensur durch den Markt“?**

„Die Aufsicht über die Verbreitung von Ideen fällt unendlich viel rigider aus, als man das in einer demokratischen Gesellschaft für möglich gehalten hätte. Der Bedarf nach öffentlicher Diskussion und unvoreingenommener Debatte, der untrennbar zum Ideal der Demokratie gehört, kollidiert mit dem immer rabiaten Pochen auf totalen Profit.“<sup>8</sup> „Als ich mit verschiedenen Leitern von Universitätsverlagen sprach, war ich überrascht, wie sehr sie zögerten, auf die mit ihnen vereinbarten Regelungen zu pochen. Auch waren sie alle gerne bereit, sich mit mir darüber zu unterhalten, wie es anderen Universitätsverlagen erging, dagegen sehr zurückhaltend, wenn ich sie namentlich zitieren wollte. Selbst an den Hochschulen spürte ich also das frostige Klima eines Großunternehmens und nicht etwa den Geist vorurteilsfreien Fragens und Hinterfragens, das eigentlich das Geschehen an einer Universität prägen sollte.“<sup>9</sup>

Glaubt ihr, dass es eine Zensur durch den sogenannten „freien“ Marktes gibt, die dazu führt, dass die Möglichkeit zur Meinungsvielfalt, Meinungsbildung eingeschränkt wird? (Z.B: Nur mehr Bestseller, keine Lyrik, keine gesellschaftskritischen, politischen Bücher mehr)

### **Gute Bücher für viele, ist das machbar?**

„Die von der New American Library verlegten Bücher waren eindeutig im Rahmen dieser allgemeinen Tradition zu sehen, einer Tradition also, die auf gesellschaftliche Debatten angelegt war, weil man davon ausging, dass entscheidende politische Fragen keineswegs nur von einer kleinen Elite von Sachverständigen und Politikern entschieden werden sollten, sondern im Gegenteil für selbstverständlich hielt, dass die gesamte Bevölkerung an dieser Diskussion Interesse habe und sich engagiert daran beteiligen würde.“<sup>10</sup> „Ich kann mich noch erinnern, dass ich als Schüler von meiner Highschool das Wochenblatt *My Weekly Reader* bekam, das für Jugendliche ab zwölf Jahren gedacht war, und dass darin u.a. ausführlich erörtert wurde, welchen Kurs die amerikanische Politik einschlagen sollte, und dass man dort jede Menge Informationen über öffentlichen Wohnungsbau und die staatlichen Elektrifizierungsprogramme auf dem Lande zu lesen bekam. Die Annahme, dass auch Schulkinder sich für Themen interessieren, die heutzutage als viel zu esoterisch und abgehoben abgetan würden, weil sie nach landläufiger Meinung allenfalls eine winzige Zahl von Erwachsenen betreffen, gehörte nun einmal untrennbar zur euphorischen und optimistischen Grundhaltung der Nachkriegszeit.“<sup>11</sup>

Glaubt ihr, dass sich eine große Menge von Leuten für Bücher interessieren ließen, die aufklärend und informativ sind und auch gesellschaftskritische Argumente beinhalten können? Oder denkt ihr, dass solche Bücher nur einen ganz kleinen Teil der Leute interessieren?

### **Gemeinnutz statt Eigennutz: Brauchen wir eine gemeinnützige Verlagsstruktur?**

„Meiner Ansicht nach brauchte es eine völlig andere Struktur. Die Frage war, ob sich vielleicht ein Weg finden ließe, einen Verlag ohne Eigentümer aufzubauen, einen gemeinnützigen Verlag, in mancher Hinsicht den Universitätsverlagen ähnlich, ohne jedoch an eine Universität angebunden zu sein. Könnte man nicht einen Verlag gründen, der sich an das allgemeine Lesepublikum wandte und nicht nur an eine akademisch orientierte Elite, der aber trotzdem intellektuelle und kulturelle Standards achtete?“<sup>12</sup>

Saturn wirbt mit dem Slogan: „Geiz ist geil!“

Ist es in solchen Zeiten, in denen der Eigennutz über alles geht, legitim gemeinnützige Verlage und Vereine zu betreiben, die Subventionen vom Staat erhalten und deren Finanzhaushalt nicht immer ganz ausgeglichen bilanziert? Sind Querfinanzierungen von Lyrik etwa durch Bestseller vertretbar? Darf es Lyrik geben als etwas, das nicht gewinnbringend verkauft werden kann?

### **Was ist mit der nächsten Generation?**

„Alle Lektoren, denen die Zeit „B.C.“ alias „Before Conglomerates“ alias vor der Geburt der großen Mischkonzerne noch geistig präsent ist, bedauern ohne Wenn und Aber die Beschneidungen, die das Verlagswesen allenthalben erfährt. Was ihnen aber noch ernsteres Kopfzerbrechen verursacht, ist die Tatsache, dass den Leuten, die heutzutage ins Verlagswesen nachrücken, dieser Vergleichsstandard schon von haus aus fehlt. In ihren Augen ist die aktuelle Lage völlig normal – eben die „Wirklichkeit“ – und nicht etwa eine Misere, die es zu hinterfragen und zu verändern gilt.“<sup>13</sup> „Mittlerweile ist vielen Leuten bewusst, dass unsere Gesellschaft grundlegende Änderungen erfährt, seit dem Geld solch zentraler Stellenwert zugesprochen wird. Andere Werte, auf die man bislang als Gegenkräfte gebaut hatte, verschwinden rasch aus dem Blick. Nicht nur unser Besitz, auch unsere Arbeitsplätze und sogar wir selbst sind zu Waren geworden, die man nach Belieben kauft und weiterverscherbelt an den, der das meiste bietet. (...) nur sind die Folgen diesmal im Zug der Globalisierung großartig.“<sup>14</sup>

Wie beurteilt ihr eure/unsere Generation? Kennen wir andere Werte als Profitmaximierung, als die optimale Verkäuflichkeit unserer eigenen Arbeitskraft? Sehen wir alternative Möglichkeiten zur Beurteilung des Wertes eines Buches als durch den Gewinn, den es einbringt?

<sup>8</sup> Schiffrin: 2000.S.110

<sup>9</sup> Schiffrin: 2000. S.90

<sup>10</sup> ebd. S.28ff

<sup>11</sup> ebd.: 2000. S.30

<sup>12</sup> ebd. 2000. S.93

<sup>13</sup> ebd. 2000. S:98

<sup>14</sup> ebd. 2000. S.112

# Konsequenzen der Logik des Profitzwanges des freien Marktes der Gier

## 1) Zensur durch den Markt

- 1.1) Die für eine Demokratie notwendige Meinungsvielfalt zur freien Meinungsbildung verschwindet.
- 1.2) Es werden gezielt keine linken Bücher mehr verlegt. Gesellschaftliche, gesellschaftskritische, politische, historische, soziologische Sachbücher werden nicht mehr verlegt, es sei denn sie sind rechtslastig.
- 1.3) Wir bekommen lauter, sehr schöne und interessante rechtslastige Bücher von Milliardären, deren Vorschuss-Zahlungen die Verlage in den Ruin treiben (Nancy Reagan, Harald Junkhe). (S.62/50)

## 2) Kartell-/Monopol-/Oligopolbildung

Medienimperien wie das von Murdoch (Berlusconi) setzen die Exekution der Kartellgesetze durch die Regierungen außer Kraft. (Thatcher-Murdoch-Geschäft S.84)

## 3) Das Verlagswesen verabschiedet sich von der relativ autonomen Logik des kulturellen Feldes

- 3.1) Es zählen nicht mehr Kriterien, die im kulturellen Feld zählen, Intellektualismus, Gesellschaftskritik, sondern finanzieller Profit. Das ökonomische Feld hat das kulturelle Feld so geschwächt, dass es seine autonomen Regeln nicht mehr gegen den Profitzwang durchsetzen konnte.
- 3.2) Einzug des frostigen Klimas eines Großunternehmens in das Verlagswesen:
  - 3.2.1) Die MitarbeiterInnen werden korrupt/korrumpiert, die Regeln des kulturellen Feldes zu verlassen. (S.49)
  - 3.2.2) Gerüchte werden gezielt zur Schwächung der GegnerInnen eingesetzt. (S.56)
  - 3.2.3) Fälschung von Statistiken und Bilanzen, um das Ansehen der relativ autonomen Verlage und Buchhandlungen zu ruinieren. (S.60)
- 3.3) Ruin der Verlage durch zu hohe Vorschüsse an Milliardäre und VIPs
- 3.4) Keine Querfinanzierung von Büchern mehr. (S.57)
- 3.5) Beschwerden von VerkäuferInnen von Buchhandelsketten: keine Zeit die Bestseller zu verkaufen: trifft selbst die Profiteure! (S.91)
- 3.6) Gehalt eines Geschäftsführers von Barnes & Noble und sein Gewinn vom Börsengang des Unternehmens: 1Mio/Jahr und 100 Mio/Börsengang
- 3.7) Eine Bedrohung der autonomen Buchhändler durch die Veröffentlichung von Filialen von Buchhandelsketten in direkter Nachbarschaft. Nur mehr 1% des Gesamtumsatzes des Bücherverkaufs fällt an die autonomen VerlegerInnen.

## 4) Resumée von André Schifffrin:

(S.65) „Newhouse hatte das bemerkenswerte Resultat erreicht, erstens den intellektuellen Rang des Verlagshauses zu schmälern, zweitens dem guten Ruf der Firma erheblichen Schaden zuzufügen und drittens bei alledem auch noch eine Menge Geld in den Sand zu setzen.“

*Universität ab, u. a. lange 1.85*

## Variationen: Leistungsanforderungen und Dramaturgie für das Seminar

Die Leistungsanforderungen und die Dramaturgie müssen in der ersten Stunde ganz klar gemacht/ und durchgesetzt werden. Wenn andere Dynamiken einschleifen, ist es extrem schwer während des Semesters zu korrigieren.

### **1) Gast-Vorträge**

Die Einladungen am Beginn des Semesters sind eine sehr gute Idee. Eine Variation davon wäre, die Gastvortragenden am Ende des Semesters einzuladen, um von der Dramaturgie her mehr Spannung aufbauen zu können. Die Informationsvermittlung im Seminar, während des Semesters, und die Diskussionen im Seminar, stünden dann im Zeichen der beiden Diskussionsveranstaltungen bzw. Gastvorträge am Ende des Semesters. Die Gastvorträge am Anfang dienen dem Einstieg und der Verdeutlichung. Am Ende könnten die Vorträge als Motivationsfaktoren zur Aneignung der Information, und zur Beteiligung an den Diskussionen während des Semesters dienen. Identität und Beruf/Stand der ExpertInnen wären vorher bekannt zu geben, um diesen Vorbereitungs-Charakter zu betonen.

### **2) Aktive Mitarbeit in Form von regelmäßigen Diskussionsbeiträgen**

Die Diskussionsbeiträge müssen sich, das auch in der ersten Stunde klar zu machen, an die anderen StudentInnen und nicht an die/den LehrveranstaltungsleiterIn richten, denn mit einer Person gibt es keine Diskussion. Während jeder Stunde muss die/der LehrveranstaltungsleiterIn darauf hinweisen, dass die Diskussionsbeiträge an die anderen StudentInnen gerichtet sein müssen und dass das miteinander Sprechen eine entscheidende Grundlage für die Leistungsbeurteilung ist. Wichtig bei den Diskussionsbeiträgen sind auch Stellungnahmen: „Ich bin zu diesem Thema dieser Meinung, ich finde das wird in dieser Debatte vernachlässigt, das gehört auch mitbedacht!“

### **3) Schriftliche Stellungnahmen am Ende der Stunde**

Um die Diskussionskultur zu unterstützen könnte vielleicht ein weiteres Element der Leistungsanforderung dienen: Am Ende oder während jeder Stunde müssen zu jedem Thema (Zensur, Wettbewerbsverzerrung, Buchpreisbindung) Stellungnahmen schriftlich abgegeben werden. Drei Zeilen von jeder Person auf einem Zettel zu dem aktuellen Thema der Stunde. Zu überprüfen wären diese Zettel gemeinsam mit der Anwesenheits-Liste. Dadurch wird jede/r gezwungen Stellung zu nehmen und vielleicht auch motivierter an der Diskussion teilzunehmen. „Meine Meinung dazu...“

### **4) Weiterer Anreiz zum Mitschreiben: kleine (halbe, dreiviertel Stunde) Prüfung am Ende des Semsters, wenn erlaubt**

Begründung: Die Seitenanzahl der Seminararbeit beträgt nur 20 Seiten, nicht 30 Seiten wie in anderen Seminaren, dafür gibt es aber eine kleine Prüfung am Ende. Wäre ein weiterer Anreiz zum Mitschreiben und zur inhaltlich vertieften Auseinandersetzung mit den Inhalten des Seminars.

### **5) Impulsreferate**

Die Impulsreferate sollten zwanzig Minuten nicht überschreiten, danach Diskussion 20 Min. und wieder Referat und wieder Diskussion. Die Referatsgruppen sind verantwortlich dafür, dass eine Diskussion entsteht durch Initialfragen, Impulsfragen.

Es ist nicht ihre Aufgabe Stoff runterzuleiern, sondern die Zuhörenden mit ihren Fragen anzusprechen. Die Diskussion liegt auch in ihrer Hand, wenn niemand Fragen hat, sollen die ReferentInnen eine einzelne GruppenteilnehmerInnen etwas fragen, diese gibt dann eine andere Frage an eine/n andere/n GruppenteilnehmerIn weiter. Es entsteht eine Kette, in der immer eine Person aus dem Auditorium einer anderen Person aus dem Auditorium eine Frage zu dem Thema stellt. Dieses Prozedere sollte allerdings nur dann eingesetzt werden, wenn eine freie Diskussion und selbständige Teilnahme nicht funktioniert. D.h. die erste Referatsgruppe sollte davon in Kenntnis gesetzt werden.

#### **6) Vorstellungsrunde und Instruktionen in der ersten Stunde**

In der ersten Runde ließen sich Vorstellungsspiele spielen. Die/der Vortragende sollte sich allen vorstellen, der Rest kann in Zweiergruppen, wandernd, wechselnd geschehen oder im Plenum.

Instruktionen über Leistungsanforderungen.

#### **7) Prinzip der Verantwortungsübergabe**

Die GruppenteilnehmerInnen sollten explizit die Verantwortung für die meisten Aufgaben des/r Gruppenleiters/in übernehmen, diese müssen klar und direkt zugeteilt werden. Dies dient der Entlastung der/s Gruppenleiters/in und der Entwicklung eines Verständnisses für die sinnvollen Ausführungen und Einsätze von Aufgaben. D.h. dieses Prinzip der Verantwortungsübergabe ermöglicht ein aktives Klima, in dem die GruppenteilnehmerInnen mit den Erfordernissen und Dynamiken eines Seminars vertraut gemacht werden.