

→ iRM

Hintergrund

»Wir brauchen eine Medienpolitik für das Buch«

# Das Buch ist das Herz

VON PETER MENKE-GLÜCKERT

*Peter Menke-Glückert, Ministerialdirektor im Bundesministerium des Innern, engagierter Verfechter einer »Medienpolitik für das Buch«, hat in Baden-Baden vor der Hauptversammlung des Verbands der Verlage und Buchhandlungen in Baden-Württemberg einen vielbeachteten Vortrag zum Thema »Das Medium Buch in der Bildungs- und Informationsgesellschaft« gehalten.*

*Der Jurist Menke-Glückert, 48, vor einigen Wochen zum Leiter der Abteilung Zivile Verteidigung ernannt, stand lange Jahre der Abteilung Medien und Sport im Bundesinnenministerium vor. Er ist außerdem stellvertretender Vorsitzender des Kuratoriums der Deutschen Gesellschaft für Konflikt- und Friedensforschung und Mitherausgeber der Zeitschriften »Liberal« und »International Science and Technology«.*

*Menke-Glückert erinnerte sich zu Beginn seines Vortrags an sein Elternhaus in Dresden (der Vater – ein gelernter Buchbinder – war später Professor in Leipzig und Dresden), das auch ein Haus voller Bücher war: »Sie wußten meist nicht wohin mit all dem bedruckten Papier, das sich in Fluren und Zimmern bis zur Decke stapelte.«*

*Der Referent erläuterte die Situation des Mediums Buch in drei Gedankenschritten:*

Goethe sagt: Erfrischender als das Quellwasser ist das Gespräch. Doch wir sprechen nicht mehr vom persönlichen Gespräch, vom ruhigen Dialog, sondern von Kommunikation, von technischen Prozessen der Informationsaufnahme oder neudeutsch Kommunikations-Akzeptanz. Statt von Verständnis, Inhalten, Verstehen von Zusammenhängen, ist die Rede von technischen Innovationen, von Marktanteilen, vom ökonomischen Anpassen. Statt der liebenswert-humanen Kleinatmosphäre einer Familien-Buchhandlung, wie ich sie noch in Oltmanns Verlagsbuchhandlung am Altmarkt in Dresden oder in Kröner's Verlagsbuchhandlung in Leipzig oder in der theologischen Fachbuchhandlung Gastl in Tübingen erlebt habe, bekommen wir immer mehr größere Sortimenten, spezialisierte Depotbuchhandlungen, unübersichtliche

Buchmärkte, Buchfabriken für Markenartikel und gemachte Bestseller. Warum sprechen wir überhaupt nur von Bestsellern – aber nicht von Bestreadern? Ist nicht das Buch vermarktete Massenware geworden, schnell gemacht und schnell vergessen? Wer hat noch Zeit zum endlosen Stöbern auf Büchertischen, zum »browsing« in Bibliotheken, zum Schmökern seiner Lieblingsautoren und Lieblingsbücher – ohne zielgerichtetes Informationsmanagement, nur aus Freude am Buch?

## Mutter aller elektronischer Medien

Das Primär- und Grundmedium Buch ist das älteste Medium, es ist die Mutter auch aller elektronischen Medien. Und auch heute noch wäre ohne das Buch keine sachverständige Information, kein wissenschaftliches Gespräch, keine Unternehmensentscheidung, kein Kongreß, keine wichtige Parlamentsrede, um nur einige Punkte herauszuheben, möglich.

Für vieles schien vor zehn Jahren der Weg in das elektronische Happening eines Kommunikationsparadieses unvermeidbar. Angesichts der schnellen Entwicklung der Mikroelektronik, optischen Nachrichtentechnik, Mikrominiaturisierung, Fotokopiertechnik, angesichts automatischer Textverarbeitung, Kabelfernsehen, vielfältiger Formen neuer Videotechnik schien die Stunde der Printmedien von der Tageszeitung bis zum Buch geschlagen zu haben. Das Ende des Druckzeitalters sei gekommen, hießes. Bleisatzherstellung wird von der Firma Mergenthaler, der ältesten Firma auf diesem Gebiet, eingestellt seit dem 1. Januar 1977. Fotolichtsatz, automatisierter Massendruck, Lesemaschinen, Schnelldrucken heißen die Parolen. Von Bildschirm-Zeitung, Daten- und Textdiensten für jeden Haushalt, Selbstdruckereien, Fernübertragung und Fernkopieren, von einer neuen Welt der Berieselungselektroniken mit Verzicht auf das Druckmedium war die Rede. Dieser Zustand der totalen elektronischen Kommunikation ist nicht eingetreten.

Bildtelefon, Bildplatte, Familien-Informationszellen und Heimfunkstudios

sind uns bisher erspart geblieben. Technisch möglich wären alle diese technischen Neuheiten. Jedes Haus könnte längst einen Raum mit Schaltpult, Fernsehschirmen, Miniatursendern, Dateneingabe- und Ausgabegerät, Fernkopiereinrichtungen usw. haben. Jeder beliebige Teilnehmer könnte auf den Bildschirm gebracht und befragt werden.

Persönliche Begegnung, das Erlebnis des Dialogs, kurz mitmenschliche unmittelbare Kommunikation wäre bei solch elektronischem Festival überflüssig. Die Mensch/Maschine-Kommunikation oder Maschine/Maschine-Kommunikation erledigte und befriedigte alle Wünsche – vom Ferneinkauf (Tomaten und Filet erscheinen auf dem Bildschirm) bis zum politischen Disput (Fernseh-Wirklichkeit genügt, weiteres Kennenlernen überflüssig). Natürlich haben auch die enormen Kosten solcher totalen elektronischen Berieselung, Beschallung und Computerisierung die Einführung bisher verhindert, doch ein viel wichtiger Grund waren Werte und Grundbedürfnisse außerhalb und unabhängig von solch elektronischer Kunstwelt. Die Hausfrau will eben Gemüse beim Morgeneinkauf auf dem Markt sehen, riechen oder in die Hand nehmen können – und nicht nur auf dem Bildschirm betrachten. Welche Frau will auf dem Bildtelefon mit Lockenwicklern erscheinen? Trotz Fernsehen bleibt für viele der Wunsch, ihren Abgeordneten einmal die Hand zu geben, ihn persönlich kennenzulernen und zu erleben. McLuhans Vision einer neuen elektronisch-primitiven Bilderkultur – ähnlich einer afrikanischen Stammeskultur – kann durchaus bald Wirklichkeit werden. Viele Kinder lesen kaum noch Bücher – nur Comics mit ihren Sprechblasen-Helden. Die Begeisterung für aufwendige Elektronik ist ungebrochen. Kinder sitzen in Amerika schon weit mehr Stunden vor dem Fernseher als in der Schule.

Die großen Hoffnungen auf einen unerhörten Marktrationalisierungseffekt durch die Computerei sind nicht überall eingetreten. Mancher Verlag hat sich übernommen und kann die gefräßigen Groß-Druckzentren nicht mehr füttern. In vielen Fällen beobachten wir den Weg zurück in Kleinformen: von der Themenzeitung, Stadtteilzeitung, dem Taschenbuch bis zum guten alten Buchmagazin,

## Hintergrund

um nur einige Beispiele zu nennen. Längst gibt es auch Anzeigenblätter und viele neue Zeitschriften, Mitteilungsblätter, Dokumentierdienste, oft im Selbstverlag mit kleiner Auflage, die auf perfekte Großtechnik und hohe Auflage verzichten. Nicht jede neue Zeitschrift mit Riesen-Werbeetat ist ein Erfolg, wie etwa das Schicksal von »Leute« zeigt.

### Viele neue Buchformen

Der Anpassungsprozeß an neue elektronische Formen verlief unterschiedlich. Die Printmedien – vor allem das Buch – haben sich im großen und ganzen gegenüber den elektronischen Medien gut behauptet. Viele neue Buchformen sind entstanden: das Aktionsbuch, das Buchmagazin zur Begleitung von Fernsehsendungen, Kondensatbücher, Begleitbücher für Schallplattenausgaben oder Rundfunksendungen, immer neue Formen von Sach- und Taschenbüchern, Aktuell-Magazine (eine Mischung aus Zeitschrift, Taschenbuch und Reportage) usw.

Friedrich Nietzsche hat vor über hundert Jahren scharfsichtig die Bedingungen der Informationsgesellschaft vorausgesehen. Der moderne Mensch schleppt nach Nietzsche eine »ungeheure Menge von unverdaulichen Wissenssteinen mit sich herum, die dann bei Gelegenheit auch ordentlich im Leibe rumpeln, wie es im Märchen heißt. Durch dieses Rumpeln verrät sich die eigenste Eigenschaft dieses modernen Menschen: der merkwürdige Gegensatz seines Inneren, dem kein Äußeres, eines Äußeren, dem kein Inneres entspricht, ein Gegensatz, den die alten Völker nicht kennen. Das Wissen, das im Übermaß ohne Hunger, ja wider das Bedürfnis aufgenommen wird, wirkt jetzt nicht mehr als umgestaltendes, nach außen treibendes Motiv, sondern bleibt in einer gewissen Innenwelt verborgen, die jener moderne Mensch mit seltsamem Stolz als die ihm eigentümliche Innerlichkeit bezeichnet. Man sagt dann wohl, daß man den Inhalt habe und daß es an der Form fehle. Aber bei allem Lebendigen ist dies ein ganz ungehöriger Gegensatz. Unsere moderne Bildung ist eben deshalb nichts Lebendiges, weil sie ohne jenen Gegensatz sich gar nicht begreifen läßt. Das heißt, sie ist eben gar keine wirkliche Bildung, sondern nur eine Art Wissen um die Bildung. Es bleibt in ihr bei dem Bildungsgedanken. Es bleibt bei dem Bildungsgefühl, es wird kein Bildungsentwurf daraus.« (Vom Nutzen und Nachteil der Historie für das Leben. Nietzsches Werke Bd. 2, S. 159/160, Leipzig: Kröner, 1922).

Der Münsteraner Philosoph Piper hat auf den Zusammenhang zwischen Sprachverfall und Verwilderung auch der politi-

schen Sitten wiederholt hingewiesen. Falsche Modernität, die schon Jakob Burckhardt und Nietzsche beschrieben, führt zu unnötiger Terminologieproduktion, zu formalistischen Spielereien, Stoffhuberei und vielen anderen Erscheinungen des Sprachverfalls. Dieser Sprachverfall ist ein Grund für den Einfluß der Bilderwelt der Comics und des Fernsehens, der zunehmenden Macht der elektronischen Medien.

Die gesamte, vielgestaltige Medienlandschaft von heute ist im Umbruch. Wir haben neben Fernsehen und Rundfunk, neben Kasette und Schallplatte viele neue Telekommunikationsdienste. Wir haben die Bildschirmzeitung, wir kennen CEEFAX und View Data; es gibt eine Fülle neuer Publikums- und Fachzeitschriften, ein unübersehbares Angebot an wissenschaftlich-technischen Informationen. Die Überfülle führt zur »pollution d'information«, zur Informationsverschmutzung, führt zu Übermaß statt Klarheit, zur Lähmung der Gedanken statt zu Gestaltung, Aktion, Verstehen. Hinzu kommt, daß das durch Artikel fünf geschützte Grundrecht der Meinungs-, Informations-, Publikationsfreiheit, das doch Meinungsvielfalt erhalten will, genau genommen also Öffentlichkeit immer neu schaffen will, aufgelöst wird durch eine »Verzeulung«, also Ver-Säulung, wie die Holländer sagen, d.h. es kommt zur Bildung partikularer Teilöffentlichkeiten, die nicht mehr miteinander kommunizieren.

### Drei Teilöffentlichkeiten

Ich erlebe das zum Beispiel in der Bundeshauptstadt, mit ihren drei Teilöffentlichkeiten, die überhaupt nichts miteinander zu tun haben wollen: Alt-Bonn (die Stadt), das Bundes-Bonn mit Parlament und Bürokratien, die Universität. Verbindung zwischen ihnen gibt es trotz vieler Versuche – nicht zuletzt des Bundespräsidenten – kaum. Die öffentliche Meinung, also eigentlich die frühere Honoratoren-Öffentlichkeit des 19. Jahrhunderts, besteht eben nicht mehr. Sie ist degeneriert durch von Interessen geprägte, demonstrative, manipulative Teilöffentlichkeiten, die mit allen Mitteln moderner Werbung und Meinungsbeeinflussung für jeweils ihre Form der Teilöffentlichkeit, ohne Verständnis oft füreinander, werben, den Teil jeweils für das Ganze haltend. Dabei spielt die künstliche Bühne Fernsehen eine sehr große Rolle. Das Fernsehen dramatisiert und verstärkt Meinungsunterschiede und kontroverse Positionen. Die moderne Werbepsychologie, oft im Gewande von Gemeinwohlargumenten, spielt eine nicht minder verhängnisvolle Rolle. Über die moderne

Fernsehkultur, die zunehmend den Rhythmus des gesamten Familienlebens bestimmt, wird noch zu reden sein.

Wir beobachten in unserer Industriekultur eine Situation, die nicht nur bei uns, sondern in allen Industrieländern durch eine abnehmende Zahl von Klein- und Mittelbetrieben, durch eine Zunahme des staatlichen Dienstleistungssektors und Konzentration in großen Wirtschaftsunternehmen und staatlichen Großbürokratien gekennzeichnet ist. Sie haben auf Ihrer Tagung über diese mittelständische Rolle des Buchhandels auch diskutiert. Der Buchhandel ist eines der wenigen Wirtschaftsfelder, Betriebsfelder, Berufsfelder des echten, ungebrochenen Mittelstandes, der durchaus Zukunft hat. Massenproduktion führt, verbunden mit einem gewaltigen Ansteigen des Pro-Kopf-Verbrauchs an Energie, an Rohstoff, an Information, zu einem noch vor hundert Jahren für utopisch gehaltenen Wohlstand, führt zu immer neuen Ansprüchen, vor allem auch immer neuen Informationsbedürfnissen, Informationsangeboten und Informationsmärkten. Von Nietzsche, Spengler bis zum Club of Rome fehlt es nicht an kulturkritischen Warnungen vor der Überfluß- und Gefälligkeitsdemokratie, vor der Überdruß-Gesellschaft mit Übertechnisierung. Orwells Vision von 1984, der Ameisenstaat, die bürokratisierte Gesellschaft, ist als Angstvorstellung überall noch präsent. Auch im Ostblock übrigens. Ebenso die Bilder der totalen Vermassung, des Manipulierens oder der drahtlosen Lenkung der Gehirne durch Werbung oder Psychopharmaka. Technik hat nicht nur zum Ärger Steinbüch bei uns eine zunehmend schlechtere Presse. An dem Umweltproblem haben wir gelernt, daß Glück und Reichtum nicht dasselbe sind. Und für die bürgerliche Generation in allen Industrieländern war das Umwelterlebnis gleichsam »ihr Vietnamerlebnis«; das Umwelterlebnis wiederholte, was die Studentengeneration fünfzehn Jahre vorher am sinnlos-barbarischen Vietnam-Krieg erfahren hatte.

### Es müssen andere Ziele gesetzt werden

Technik wird bleiben. Technik ist so alt wie die Spezies Mensch. Worauf es ankommt, ist der richtige Umgang mit der Technik. Der Technik müssen andere Ziele gesetzt werden. Ziele, die eben nicht die autogerechte Stadt wollen, die einmal das Ziel unserer Städteplaner war, sondern eine Stadt, in der auch alte Menschen, Behinderte, Kinder leben können; eine Stadt mit Fußgängerzonen, Grünflächen, Spielstraßen, Urbanität. Ziele braucht die Technik, die umweltfreundlich sind, lebensfreundlich. Wir müssen wieder lernen, daß Technik ein Diener ist.

## Hintergrund

ein Mittel ist, nicht Selbstzweck. Die Welt der Technik ist der zweite, der größere, der intellektuellere, der erfindungsreiche Mensch. Technik ist heute längst die Welt der Informations- und Bildungsgesellschaft. Die wichtigsten Techniken sind die Sozial- und Bildungstechniken. Die wichtigste neue Klasse sind die Bildungsplaner, Medienmanipulatoren, Mediengewaltigen, wie sie Schelsky in einem seiner letzten Bücher einleuchtend dargestellt hat. Es ist die Welt des Wissens, der Wissensveränderungsprozesse, die Welt der Information und die Welt der Informationsmärkte, die zunehmend die Tendenzen unserer Industriekultur bestimmt. Miteinander vernetzte, hochkomplizierte Produktions- und Kommunikationssysteme werden bleiben. Unsere Welt wird noch komplizierter werden.

### Zweiteilung der Gesellschaft

Nur mit Informationen, mit Wissen, mit ständigem Auffrischen dieses Wissens, mit lebenslangem Lernen kann dieser Kompliziertheit begegnet werden. Wir haben daher schon jetzt eine Zweiteilung unserer Gesellschaft zwischen denen, die wissen, und denen, die nicht wissen. Und es sind die Wissenden, die an der Macht sind, und es sind die einfachen Bürger, die oft nicht wissen. Bürger sind Nichtfachleute, Nichtangehörige eines Entscheidungsgremiums, Nichtangehörige einer bestimmten Interessengruppe, also diejenigen, die keine Experten- oder Bürokratsprache sprechen.

Wenn Demokratie noch einen Sinn haben soll, dann muß auch der Laie eine Möglichkeit haben, sich zu artikulieren. Da die Parteien Teil des Oben, Teil des Regierungsapparates in den Augen des Bürgers sind, schafft er sich Gehör über Bürgerinitiativen – außerhalb und gegen die Parteien. Es ist notwendig, auch für diese Gruppen, also eigentlich Nichtgruppen ohne Expertenstatus, eben die einfachen Bürger, ein Ventil, eine Möglichkeit zu schaffen, wirklich gehört und ernstgenommen zu werden. Es ist die Dolmetschfunktion des Buchhandels, hier in einer popularisierten, einfachen Form, in einer Nicht-Kunstsprache, in einer Nicht-Expertensprache Wissen zu vermitteln, Rat zu geben, Fragen durch das Buch zu beantworten – gerade nicht durch schnelfertige Klischees, sondern durch die eigene Mühe des Lesens. Fernsehbilder, Schlagzeilen, Expertenkurzel passiv aufzunehmen, an sich geschehen zu lassen, ist etwas ganz anderes als zum Buch zu greifen oder zur Fachzeitschrift, um sich ehrlich und gründlich klugzumachen. Lesen ist allemal Arbeit, also Anstrengung im althochdeutschen Sinn des Wortes.

Die Industriekultur unserer Tage läßt sich in drei großen Tendenzen zusammenfassen. Da ist einmal die Tendenz zur quantitativen Sättigung und Übersättigung. Wir haben mehr von allem, mehr Eisschränke, mehr Autos, mehr Bücher. Zweitens beobachten wir eine Tendenz zur exponentiellen Beschleunigung aller unserer zivilisatorischen Prozesse, einer rasanten Beschleunigung technologischen Wandels mit vielen sozialen Konsequenzen, zum Beispiel mit einer Fülle von Frustrationsprozessen. (Sie wissen, Frustration muß man auf schwäbisch mit »Luschtverlust« übersetzen.) Die dritte Tendenz ist die Tendenz zur Interdependenz, das heißt zu immer größerer Abhängigkeit von Wirtschaft, Politik und Wissenschaft; zu immer größerer Verflechtung öffentlicher und privater sozialer Rollen des privatwirtschaftlichen und des staatlichen Bereichs. Auch der Medienmarkt wird immer mehr von den staatlichen Entscheidungen beeinflusst.

Was wir brauchen, ist hier ein Mehr an Überblick, an Durchschau, an theoria im griechischen Sinne des Wortes, mehr an Interdisziplinarität, mehr an Zusammenhang, mehr an Vorauswissen, mehr an Nachdenken. Alles das ist Aufgabe für das Buch. Alle drei Tendenzen werden neue Informationsbedürfnisse, neue Büchermärkte bringen.

Die erste Tendenz, die Überflutung des Marktes, die Überflutung mit Information durch Massenmedien, verlangt nach Selektion, nach Übersicht, nach Hinweisbüchern, Magazinveröffentlichungen, Kondensatverfahren, nach Kennziffer- und Programmzeitschriften. Verlangt werden neue Formen der Werbung, des Aufschließens der Vielfalt und des Überflusses auch durch Buchausstellungen wie die Stuttgarter Buchwoche oder die Juristische Buchausstellung in Karlsruhe. Nötig ist eine andere Gestaltung der Buchhandlung. Sie sind als Buchhändler hier auf gutem Wege; sie haben auch hier schon große Fortschritte gemacht.

### Die Ereignisse überstürzen sich

Die zweite Tendenz, die einer ungeheuren Beschleunigung technologischer Prozesse, darf ich Ihnen an einem einfachen Beispiel erläutern: Faßt man die Geschichte der menschlichen Kultur, seit Erfindung des Feuers und der ersten Werkzeuge, also mehr als sechshunderttausend Jahre menschlicher Kultur, in einem einzigen Tag zusammen, so liegt die Erfindung des ersten Faustkeils in den letzten fünfzehn Minuten; die der Dampfmaschine und der Druckerpresse in der letzten halben Minute, die Entdeckung der Kernspaltung, der Computer- und

Weltraumtechnik, der automatischen Textverarbeitung, des Kabelfernsehens, der Videotextverfahren und viele, viele andere Erfindungen fallen in knapp zwei Nanosekunden, also zwei Milliardstelskunden. Die Ereignisse überstürzen sich in den letzten zwei Jahrzehnten. Nur durch ein Mehr an überlegter, klar geschriebener, verständlicher Information, nur durch systematische Wissensveränderung über das Buch kann dieser Wandel in unserer Industriekultur aufgenommen, verarbeitet, zur handhabbaren Tagespraxis werden: von der Bedienung eines elektrischen Rasenmähers – beschrieben in einem Hobby-Gärtner-Buch – bis zur Planung einer Ferienreise – mit Anregungen aus der Kunstgeschichte.

### Drei Typen rationalen Verhaltens

Die dritte Tendenz der gegenseitigen Verflechtung: Wirtschaft, Staat und Wissenschaft, drei idealtypischen Formen gesellschaftlichen Lebens, sind auch bestimmte Typen rationalen Verhaltens zugeordnet. Alle drei Typen rationalen Verhaltens technisieren, formalisieren, bürokratisieren, automatisieren sich immer mehr und werden durch immer weniger Verständlichkeit immer weniger erfassbar. Die Welt ist kleiner und zugleich komplizierter geworden. Die Berichte des Club of Rome, der UNO-Unterorganisationen oder der argentinischen Forschergruppe Bariloche »Grenzen des Elends« (Verlag S. Fischer) sind Weltmodelle, Weltzenarios und zeigen Weltzusammenhänge. Georg Picht, Carl Friedrich von Weizsäcker, Daniel Bell, Kenneth Boulding, um einige Namen zu nennen, sind eine Art von Weltphilosophen, die versuchen, das globale Problemwissen unserer Zeit in klaren Zusammenhängen zu halten. Aber selbst diese Bücher und Weltmodelle sind oft schon schwer lesbar, erfordern mehrfaches intensives Beschäftigen mit jedem Kapitel, jedem Detail.

Wer hat aber noch die Muße, wirklich zu lesen? Wer liest wirklich mit allem Querfragen, Nachschlagen, Diskutieren, Nachdenken und Nachhaken durch ergänzende Lektüre? Politiker? Haben sie dafür Zeit? Ist nicht alles, was über zwei Seiten geht, unerwünscht? Ich erlebe das jeden Tag. Wo nehmen Politiker eigentlich das Material für Entscheidungen her – wenn nicht in dieser Selbstanstrengung und Selbstkastierung des Nachverfolgens eines Gedankens? Das aber kann nur das Buch, mit dem man sich auseinandersetzen muß. Es fordert einen immer neu. Jedesmal ist ein eigener, neuer Entschluß notwendig, mit der Lektüre fortzufahren. Gute Bücher machen es einem nicht leicht. Sie wollen erschlossen, erobert sein. Besonders,

## Hintergrund

wenn hier ein Mensch spricht, der seine eigene Wertwelt und seine eigenen Erlebnisse mitteilt. In diese Gedankenwelt muß sich der Leser hineindenken. Doch ist nicht dieser notwendige Zusammenhang, dieses Durchschauen, verstellt durch Kunstsprachen, Moden, Bestsellerlisten und durch einen Wust auch an überflüssiger Information? Wir haben in den letzten Jahrzehnten eine Explosion des Wissens gehabt. Jedes Jahr kommen allein in der Chemie achthunderttausend neue Informationen auf den Markt. Wir hatten 1964 bereits über zwei Millionen Wissenschaftler und über hunderttausend wissenschaftliche Zeitschriften in der Welt. Würde sich diese Beschleunigungskurve fortsetzen, so gäbe es bereits im Jahre 2000 über zweihundert Millionen Wissenschaftler und Forscher in Industrie, Staat und Universitäten, die weit über eine Million wissenschaftlicher und Fachzeitschriften halten und lesen müßten. Ein Sättigungsgrad und ein Abflachen der Kurve muß eintreten. Diese Informations-Explosion ist selbst von den größten Textmaschinen und vom aufgeschlossenen Markt nicht mehr zu verarbeiten.

Mit diesen Tendenzen in der Industriekultur, wie ich sie dargestellt habe, soll nun die Medienpolitik fertig werden. Was ist das eigentlich, Medienpolitik? Ich habe einmal im Brockhaus von 1955 nachgeschaut. Unter dem Stichwort »Medien« findet der interessierte Leser: »Medien. Altpersisch Mada. Antike Landschaft im gebirgigen nordwestlichen Iran.« Weder Medien als formaler Sammelbegriff für alle technischen Transportmittel der Information noch Medienpolitik oder Medienerziehung waren 1955 schon erfunden. Vielleicht wäre ohne diese modernen Kunstworte heute die Verständigung über Buch, Lesen, kulturelle Inhalte sogar leichter. Technisches Medium meint progressive Modernität, hebt ab auf ein bloß Äußerliches, betont Verpackung, Aufmachung, technische Übertragung – abstrahiert vom Inhalt – vernachlässigt den viel entscheidenderen Prozeß der Wissensveränderung, vergißt Lesebedürfnisse.

### Erst einmal negativ formulieren

Das Wort Medienpolitik gibt es seit etwa zehn Jahren. Früher sprach man von Informationspolitik, von Kommunikationspolitik, noch früher auch von Kulturpolitik. Medienpolitik muß man wohl erst einmal negativ definieren: Es ist auf keinen Fall, jedenfalls in unserer rechtsstaatlichen freien Demokratie, eine Lenkung der Information und Meinung im Stile des Goebbelschen Propagandaministeriums. Medienpolitik will gerade nicht Meinung manipulieren, standardisieren,

vereinheitlichen. Bevormundung des Bürgers ist nicht gewollt. Es soll keine Gleichschaltung der Presse und Medienwirklichkeit geben. Und es ist wichtig, gerade alle diese »nicht« sehr zu betonen; denn die Gefahr, durch große staatliche Förderungsprogramme die gewachsene Vielfalt zu zerstören, den sozialen Ort der Kommunikation allmählich auszuhöhlen, ist sehr groß. Das haben gerade die wissenschaftlichen Zeitschriften in der Diskussion des Programmes Information und Dokumentation erfahren müssen. Die Bundesregierung steht hier in einem Lernprozeß. Auch das Presse- und Informationsamt der Bundesregierung und ihre Öffentlichkeitsarbeit ist in letzter Zeit einer sehr scharfen Kritik in dem Urteil des Bundesverfassungsgerichts vom 2. März 1977 unterzogen worden. Das Presseamt hat die im Haushaltsplan nachzulesende Aufgabe, Bundeskanzler und Bundespräsident auf dem Nachrichtensektor zu unterrichten. Das Presseamt hat die Aufgabe, die Verbindung zu Nachrichtenträgern im In- und Ausland herzustellen, laufend die öffentliche Meinung für die Unterrichtung des Bundespräsidenten und des Bundeskanzlers zu erforschen.

### Kein Medienministerium

Aber das Presseamt hat keinen medienpolitischen Auftrag in dem Sinne, daß Medien von Zeitung bis Rundfunk, von Buch bis Schallplatte und Videotexten in einer regierungsamtlichen Weise zu beeinflussen wären. Es gibt nun einen Streit der Staatsrechtler darüber, was das Presseamt eigentlich ist. Ob eigene Verwaltungsdienststelle, eigene obere Bundesbehörde, Teil des Bundeskanzleramts. Ich kann das hier offenlassen. Das Presseamt ist jedenfalls kein Medienministerium, ist keine medienpolitische Zentralstelle. Die Medienpolitik der Bundesregierung liegt daher auch in der Verfassungsabteilung des Bundesinnenministeriums. Sie hat eigentlich nur die Aufgabe, darauf zu achten, daß Artikel 5 des Grundgesetzes eingehalten wird. Medienpolitik soll darauf achten, daß Meinungsvielfalt nicht zerstört und freie Wahl des Kommunikationsweges und Kommunikationsflusses möglich bleibt. Wie schon Wilhelm von Humboldt in seiner berühmten Schrift über die Grenzen der Wirksamkeit des Staates festgestellt hat, ist staatliche Einmischung in Bildung und Kultur allemal schädlich. Gerade die Erinnerung an die Hitler-Zeit und die kommunistisch gleichgeschaltete Presse vor unserer Tür im anderen Teil Deutschlands lassen Humboldts Worte sehr aktuell und lebendig erscheinen.

Medienpolitik ist Verfassungs- und

Kulturpolitik, Wirtschafts- und Technologiepolitik, Bürgeraktion und vieles andere mehr – ein breites Feld freier Entfaltung von Ideen und Initiativen. Der Buchhandel ist ältester und auch unentbehrlicher Partner und Akteur auf diesem Ideenmarkt.

### Kommunikation als soziales Bedürfnis

Ein Wort zur Informationsübertragungskette: Von der ersten Idee, dem ersten Gespräch über einen neuen Gedanken, eine neue Idee zum Beispiel für ein Buch, für ein Forschungsprojekt oder für eine Bürgeraktion gibt es eine Kette von immer neuem Übertragen, Weitergeben von Informationen, Wissen, Ideen und Innovationen. Viele Stationen sind von dem ersten Einfall bis zum Buch auf dem Tisch der Buchhandlung zu durchlaufen. In jeder Informationsübertragungskette – sei es in der Forschung, Verwaltung oder Politik – spielt der Buchhandel als sozialer Ort für die Auswahl des rechten Gedankens, des gewünschten Gedankenträgers oder Mediums eine große Rolle. In der Medienkette darf das soziale Umfeld der Information nicht fehlen – was der Amerikaner »underbush« nennt – also das Unterholz der Information, das nicht Geordnete, völlig Freie, das Gespräch in der Cafeteria am Rande eines Kongresses, die Diskussion im Freundeskreis bei einem guten Glas Wein oder der Disput auf einem Spaziergang im Wald. Es gibt nur noch wenige öffentliche Plätze, Weinstuben, Klubs, Treffpunkte, die zu einem guten Gespräch ermuntern, die durch Atmosphäre Dialog stiften. City-Zentren, genormte Einrichtungen, die unsere Technik und Medienplaner uns bescherten, tun es nicht. Sozialer »underbush« läßt erst das Lesebedürfnis, den Hunger nach dem Buch, den Hunger nach Information entstehen. Erst das soziale Umfeld stiftet Kommunikationsmöglichkeiten, bringt Kommunikationsideen – nicht bürokratisch-effiziente Organisation des reinen »need to know«, des gerade notwendigen Spezialwissens. Soziales Umfeld für Kommunikation, für Gespräch zu sein, ist auch eine Aufgabe der Buchhandlungen. Buchhandlungen sollten auch zeigen, wie aus dem Buch Aktion wird, wie man Ideen in einem Buch auf sein Leben anwenden kann, zum Beispiel richtige Baufinanzierung, Erlebnisse mit einem Hobby, Bildungsbedürfnisse aller Art. Unsere Architekten, die Moden tragen, von der Bauhausform eines Gropius oder Mies van der Rohe bis zu massierten, funktionalen Bauklötzen wie im Heidelberger Emmertsgrund, haben wieder neu gelernt, welch wichtiges soziales Bedürfnis die Kommunikation ist. Kirche, Markt

und Platz waren im Mittelalter vor allem Ort sozialer Kommunikation, Meinungsbörse, Austausch von Information. Die Printmedien, Zeitschrift, Buch, Zeitung sind oft Ersatz für die Agora, den offenen Markt der Rede und Gegenrede. Dem Buchhändler fällt daher eine wichtige Aufgabe zu: sozialer Ort, »underbush«, Treffpunkt zwischen Leser und Autor, zwischen dem Fragenden, dem Suchenden und dem Gedankenträger und Problemlöser zu sein. Natürlich gibt es Grenzen für dieses Kommunikation-Stiften; Grenzen liegen in der Größe und in der Überfülle des Bücherangebotes, was durch Gliederung in Sachgebiete und kleinere Kommunikationsorte aufgefangen werden kann. Warum kann man nur noch selten in einer Buchhandlung sich zum Lesen in eine Ecke setzen, vielleicht auch eine Tasse Kaffee dabei trinken?

Warum gibt es nicht häufiger Autorenlesungen, Lese-Abende, Leserkritik, ein Leser-Forum? Der Börsenverein oder Ihr Verband könnte einen Lese-Aktionspreis stiften. Museen sollten – wie im Römisch-Germanischen in Köln – Lesescken erhalten, in denen Nachschlagewerke und Neuerscheinungen ausliegen.

## Ratlosigkeit statt Informiertsein

Ein neuer Gedanke, ein Einfall, eine plötzliche Einsicht in bestimmte Zusammenhänge oder Begreifen mitmenschlicher psychologischer Konstellationen werden durch Übertechnik kaum gefördert, sondern häufig verhindert. Ich kann eine Fülle von Beispielen geben, etwa von Kongressorganisationen, wo abgehackte Fünfminuten-Formulierungen Kommunikation, Verständnis verhindern, wo Teilnehmer ertrinken in Bergen von Papier, mit einer Fülle von flipcharts, Andie-Wand-Werfern, bombardiert werden. Zum Schluß wird der Wald vor lauter Bäumen nicht mehr gesehen und der gegenteilige Effekt tritt ein – nicht Verständnis, sondern Verwirrung; nicht Informiertsein, sondern Ratlosigkeit.

Ein kluges Buch ist durch noch so viele technische Informationshilfen nicht zu ersetzen, nur ein wenig zu ergänzen, auch zu vertiefen, aber elektronische Tricks können auch zu oberflächlicher Halb- und Scheininformation führen. Solche Scheininformation führt leicht zum Klischee, zur Stereotype, zur Schnellinformation ohne wirkliches Aufschließen eines Problems. Ist es nicht so, daß der gebildete »Bildzeitung«-Leser zum »Spiegel« und der gebildete »Spiegel«-Leser zur »Zeit« greift, so daß wir drei Stufen der Klischeeproduktion haben, die das jeweilige akademische Wochengespräch bestimmen? Medienmacher bestimmen das Leitmotiv der Woche. Auch Buchhandlungen sind davon

abhängig. Richten sie sich nicht danach, hat das Folgen für den Umsatz. In Amerika ist es inzwischen so, daß kein Buch mehr auf eine Bestsellerliste kommen kann, das nicht vorher in einer Fernsehsendung von einem Mediengewaltigen besprochen worden ist. Ist das richtig? Muß das auch bei uns so kommen? Noch haben wir fernsehunabhängige Buchkritik. Wie lange noch? Die Informationsüberflutung, die pollution d'information, verbunden mit Überreizung und Hektik, führen zu Abwehrreaktionen, Flucht in Klischees und verhindern Konsens, Verständnis, Dialog. Es ist wichtig, dieses Problem zu erkennen. Wir alle müssen dafür sorgen, daß wieder Überblick, Zusammenhang erfahren wird, Wichtiges von Unwichtigem getrennt wird. Auch hier hat die Buchhandlung eine große Aufgabe.

Alle beschriebenen Wissensveränderungsprozesse werden heute von den Informationswissenschaften, von Medienpädagogen studiert, vielfältig erforscht. Aber der Leser, der Buchkunde, der Fernsehkonsument wird kaum gehört oder beraten, wird nirgends bei der Programmgestaltung, Verlagsproduktion systematisch nach Wünschen und Anregungen gefragt. Es fehlt eine Medienwirkungsforschung. Es fehlen »Türöffner«, die Verständnis erschließen, Tore aufstoßen. Ein »Türöffner«, also ein Fachmann für Hinweise auf richtige Lektüre, auf objektive Information, auf Zusammenhang ist allemal der Buchhändler. Er war es immer und er wird es auch bleiben – auch, wenn Medienpolitik, Medienforschung und Medientage ihn noch nicht entdeckt haben. Zum Fernseh-Quizmaster, zum Schnell-Verurteiler und Klischeeproduzenten besteht ein wesentlicher Unterschied: Der Buchhändler kann nachgeprüft werden. Der Kunde kommt zurück. Er verlangt Antwort. Die Fernsehanstalt dagegen bleibt Autorität. Sie kann nicht zur Rechenschaft gezogen werden – selbst wenn in mühsamer Recherche Informationslücken und Einseitigkeiten festgestellt werden (offensichtliche Unwahrheiten sind hier nicht gemeint, sondern Tendenzverschiebungen, schwer faßbare Überdramatisierungen und optische Knalleffekte, die Gefühle und Stimmungen erzeugen). Fernsehen verkehrt häufig Kommunikation in dramatische Effekte und Halbwissen.

## ... der dritte Grundbaustein

Information ist neben Materie und Energie der dritte Grundbaustein, der diese ganze Welt zusammenhält; wahrscheinlich für Leben und Überleben, für Orientierung und Planung der wichtigste. Unsere Industriekultur wird mehr und mehr eine Bildungs- und Informationsge-

sellschaft. Für ein Land wie das unsere – ohne Rohstoffe, mit hohem Sozial- und Wohlstandsniveau – ist Wissen allein noch Macht, Einfluß, Chance, in der Weltwirtschaft zu überleben; Blaupausen- und Know-how-Export, Zwang zu Innovationen, zu Neulernen und Dazulernen bestimmen daher die Wirtschaftspolitik. Die wohl anspruchsvollste und widersprüchlichste Regierungs- und Lebensform, die der freiheitlichen Demokratie, lebt vom offenen Markt freier Kommunikation, lebt von tagtäglichen Wissensveränderungsprozessen. Demokratie braucht Einsichten statt Autorität, Überzeugen statt Befehl, braucht immer wieder in freier Diskussion gefundenen, ja oft mühsam errungenen Konsens.

## Das bedruckte Papier zählt

Das älteste und zugleich aktuellste Transportmittel oder Medium für alle diese notwendigen Wissensveränderungsprozesse und Informationsketten, für Verstehen und Anpassen an technischen und sozialen Wandel ist das Buch, ursprünglich die Bezeichnung für zusammengeheftete Buchenholztäfelchen, auf die man schrieb. Für Bernard Lagneau ist das Buch ohne Papier bloß eine Schachtel oder Hülle, wie sie als Attrappe in Möbelausstellungen verwendet wird. Nicht Einband, Aufschrift, buchbinderische Gestaltung, Aufmachung, sondern der Inhalt, das bedruckte Papier, der Gedanke zählt. Für viele nachdenkliche Zeitgenossen ist das Wort Medienpolitik verdächtig, weil hier die Verpackung, die Aufmachung für das Wichtigere und Eigentliche genommen sein könnten – und nicht der Inhalt, nicht der Gedanke, nicht die Idee.

Die Kunst des gut gebundenen Buches geht verloren. Bibliophile Ausgaben wie Eichendorffs »Aus dem Leben eines Taugenichts«, von der Vereinigung Dresdner Bücherfreunde herausgegeben, mit Radierungen von Paul Scheurich, oder Mommsens »Römische Geschichte« mit Kuglers Zeichnungen fallen mir ein, Bücher im Sinne eines ästhetischen Erlebnisses. Wären nicht auch Leseerlebnis, Lese Freude, Leseanstrengung Aufgaben einer Medienpolitik? Verhinderung von Sprachverfall und Sprachverwilderung? Es gibt eine Medienpolitik für die Presse, über die viel diskutiert wird, mit Presse-rechtsrahmengesetz, Pressestiftung, Presseförderung; es gibt eine Medienpolitik für die Fachzeitschrift, neuerdings auch nach der großen Hundertjahrfeier in Bad Godesberg für die Schallplatte. Es gibt medienpolitische Auseinandersetzungen über die Rolle von Rundfunk und Fernsehen. Debattiert wird, wer Videotext und Kabelfernsehen nutzen soll. Aber es gibt

## Hintergrund

keine Medienpolitik für das Buch. Hier und heute fordere ich erneut eine Medienpolitik für das Buch. Als Verband sollten Sie daran erinnern, daß das Buch verfassungsrechtlich unter den Begriff der Presse im Sinne des Artikels 5 Absatz 1 unseres Grundgesetzes fällt, ebenso wie Tageszeitung, Zeitschrift oder Schallplatte.

### Die Produktion ändert sich

Wie diese Medien fällt das Buch unter die rahmenrechtliche Kompetenz des Bundes nach Artikel 75 Nr. 1 des Grundgesetzes, und ebenso wie alle diese Medien ist das Buch Teil des Medienmarktes und braucht als Primär- und Verbindungsmedium Beachtung, Schutz und Verständnis für seine Probleme. Wir brauchen eine Medienpolitik für das Buch. Das Buch erfüllt unverzichtbare Funktionen. Aufgrund der vielfältigen Interdependenzen zwischen den einzelnen elektronischen und Printmedien brauchen wir ständige Erhebungen über die Rolle des Buches auf dem Medienmarkt, über Lesegewohnheiten, Einflüsse anderer Medien auf das Buch, gegenseitige Abhängigkeiten. Der Friedenspreis des Deutschen Buchhandels setzt auch deutliche Zeichen für die Medienpolitik. Dieser Preis ist gemeinsame Leistung und sichtbares Zeichen kultureller Verantwortung. Ähnliche Aktionen, etwa Gemeinschaftsausstellungen, literarische Happenings, Buchpremierer, kurz kommunikationsstiftende Ereignisse würden auf den unverwechselbaren geistigen Raum noch vorhandener deutscher Kultur hinweisen, von der Hugo von Hofmannsthal 1927 in einem Beitrag für Karl Voßler spricht. Schon vor 50 Jahren wurde hier die Begründung für eine Deutsche Nationalstiftung gegeben.

Dieses intermediäre Verhältnis zwischen dem Druckmedium Buch und den neuen elektronischen Medien wird zur Erschließung vieler neuer Informationsbedürfnisse führen. Es gibt dafür Belege.

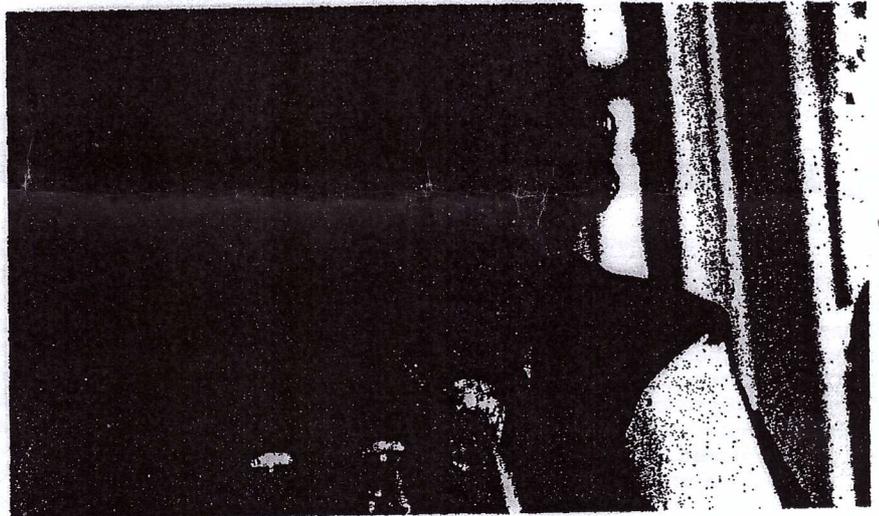
Seit 1955 hat sich der Umfang der jährlichen Titelproduktion in der Bundesrepublik nahezu verdreifacht. Wir hatten 1955 16 600 Titel, 1975 dagegen 43 600, von 1951 bis 1975 wurden fast 700 000 Titel veröffentlicht. Mir ist aufgefallen auf der letzten Frankfurter Buchmesse, daß die reine Belletristik immer mehr zurückgeht, daß es viele Reprints gibt, immer wieder neue Sachbuchreihen, schnellproduzierte Memoirliteratur, Bekenntnisbücher, als Wissenschaft verpackt, immer weitere Auffächerung in Spezialschrifttum. Unterhaltung, Erlebnis, Reportage, aber auch anspruchsvolle Gedichtbände oder historische Biographien fehlen oder lassen sich vielleicht schlechter vermarkten.

Taschenbuchverlage suchen nach Wegen aus der Marktengung in Richtung neuer Vertriebswege und Käuferschichten, zum Beispiel über einen Spezialservice in Supermärkten, auch andere Verlage setzen bestimmte Buchreihen nur in Kaufhäusern ab. Der klassische Buchhandel erhält auch durch Ramsch und Versandgeschäft, Kioske und Boutiquen mit Buchabteilungen Konkurrenz.

Die wirtschaftliche Lage des Buchwerbes ist schwer abzuschätzen. Konjunkturschwankungen erreichen Buchhandel und Druckmedien mit einer Verzögerung, und einiges von dem, was 1973 und 1974 andere Branchen mit Einbrüchen getroffen hat, holt jetzt den Buchhandel ein. Der Buchhandel leidet wie alle anderen Branchen unter ständig wachsenden Personalkosten und unter Rationalisierungsdruck. Er leidet darunter, daß seine Probleme zu wenig verstanden werden. Der Kampf um Märkte und Verteilungssysteme wird immer erbarmungsloser. In

Buchserien nur in Warenhäusern durch einzelne Verlage sind erste Anzeichen einer Tendenz, wie sie in Amerika bereits in viel größerem Stil beobachtet werden kann. Wir wissen auch, daß die Medien sich gegenseitig beeinflussen und daß der einmal in einem Medium, Fernsehen, Rundfunk, Taschenbuch, bestehende Marktvorteil dann an die anderen Mitglieder der Medienkette weitergegeben wird. Aufmerksam sollte der Weg vom Medium Fernsehen zu Zeitschrift und Buch verfolgt werden. Das Bundeskartellamt sollte die Entwicklung zum Multimediakonzern genau beobachten und den Anfängern der totalen horizontalen Vermarktung in der Medienkette wehren. Eine Monopolisierung der Programmmärkte nur durch das Fernsehen, wie in den USA, gibt es bei uns noch nicht, doch könnte die Freigabe der Werbung für das Kabelfernsehen dahin führen.

Der Buchhandel hat viele Sorgen. Sechs davon will ich erwähnen. Eine Sorge ist



Peter Manke-Glückert: Der Buchhandel hat viele Sorgen

Großbritannien hat das beispielsweise dazu geführt, daß sich nur noch zwei Verteilketten mit neunzig Prozent Marktanteil in Nord und Süd in den Zeitschriften- und Teile des Taschenbuchmarkts teilen. In den USA haben wir statt über zweihundert Verteilketten wie vor zehn Jahren heute nur noch knapp dreißig. Eine Verteilkette ist nur auf Abendzeitungen spezialisiert, eine andere nur auf Comics und bestimmte Taschenbücher. Es ist so, daß dieser gnadenlose Wettbewerb gerade die kleinen mittelständischen Unternehmen trifft. Hier ist mehr an Solidarität, mehr an Interessenvertretung, mehr an Mittelstandspolitik erforderlich, gerade um dem Trend zum Multimediakonzern zu wehren, der sich mit Kaufhäusern, Handelsketten, Versandbuchhandlungen verbindet. Die Kopplungsgeschäfte der Kaffeeröstereien oder der Alleinvertrieb von populärwissenschaftlichen

der jetzt hundert Jahre alte Versuch, die Preisbindung abzuschaffen. Seit dem Einbeziehen des Festpreis-Systems in die Kartell-Enquete des Deutschen Reichstages wird immer wieder von Wettbewerbsrechtlern der Versuch unternommen, die Preisbindung abzuschaffen. Am 30. Oktober 1962 hat das britische Kartellgericht die nachteiligen Folgen einer Aufhebung der Preisbindung erneut festgestellt: Weniger veröffentlichte Titel, die Buchkäufer erhalten praktisch nur die billigen Titel, die Bücher werden aber teurer. Bei geringerem Angebot verschwinden gerade literarisch wertvolle Titel. Die Bibliotheken haben bei gleichbleibenden Etats geringere Bestände, das Sortiment wird dezimiert, der Überblick über das gesamte Buchangebot geht verloren. Nach einer Untersuchung in Schweden fallen bei Aufhebung der Preisbindung die bisher kostenlosen Dienstleistungen der Buch-

## Hintergrund

handlungen fort, werden gebührenpflichtig. Bücher werden immer mehr als Kopplungsgeschäft in Waren- und Versandhäusern vertrieben. Ein zweites Problem ist die Anschaffungspolitik der öffentlichen Bibliotheken. Die Frankfurter Stadtbibliothek beispielsweise hat einen Personaletat von 9,42 Millionen bei einem Bücheranschaffungsetat von etwa 1,69 Millionen. Dieses Verhältnis von 1:5.5 ist ein Alarmzeichen, das Verhältnis müßte bei 1:2, 1:2.5, vielleicht auch 1:3 liegen, aber es erreicht teilweise inzwischen 1:8. Wenn der Personaletat so ausgeweitet wird, daß zum Schluß überhaupt keine Bücher mehr angeschafft werden können, verliert eine Bibliothek ihre wichtigste Funktion, nämlich aktuell zu informieren. Umwälzen von Ladenhütern ist nicht Aufgabe der Bibliotheken.

Drittens gibt es viel kürzere »Sterbezeiten« und Publikationszyklen. Bestreuer und Longreader sollte es mehr geben, auch in Form von Premieren-Taschenbüchern. Ist es nicht viel wichtiger, daß einmal festgestellt wird, was wirklich gelesen wird, und nicht, was sozusagen vermarktet worden ist? Inzwischen gibt es eine Deutsche Lesegesellschaft (Sitz Bonn), die mit viel Prominenz versucht, Lesegewohnheiten und -bedürfnisse zu wecken, besonders bei Kindern und Jugendlichen.

Eine vierte Sorge der Buchhandlungen ist die Aufsplitterung, die Diversifizierung, die Spezialisierung des Marktes; die Marktchancen werden für kleine Verlage, für neue Autoren immer schlechter. Allein im wissenschaftlichen Buchmarkt gibt es achtundachtzig Fachrichtungen mit siebenhundertdreundsiebzig Fächern und dreitausendeinhundert Fachgebieten, die zu bedienen sind, oft mit sehr kleinem Käuferkreis. Die kleine Stückzahl steht der Ausgabe als Taschenbuch im Wege. Unter zehntausend Startauflage ist ein wirtschaftliches Taschenbuch einfach nicht zu produzieren. Der Preis darf etwa acht Mark nicht übersteigen. Die Konkurrenz liegt oft weit darunter. Zehntausend Exemplare eines sehr speziellen Sachbuches lassen sich nicht absetzen. Viele Professoren sagen heute zu ihren Studenten: »Fotokopieren Sie Seite 93 bis 97 oder 15 bis 28«, selbst für ihre eigenen Bücher. Im Jahre 1976 sind 12,7 Milliarden Kopien gezogen worden, davon schätzungsweise 600 Millionen aus urheberrechtlich geschützten Werken. Die Kopierbranche hat sicher gut verdient, aber nicht der wissenschaftliche Buchhandel. Nach dem Urteil des Bremer Oberlandesgerichts vom 14. Juli 1976 dürfen in Schulen jetzt nicht mehr als sieben Kopien gezogen werden. Die urheberrechtlichen Fragen werden gerade mit Verlagen und Buchhändlern diskutiert. Die Bundesregierung beispielsweise zahlt für Fotokopien eine

jährliche Pauschalabgeltung. Eine ähnliche Regelung wird auch mit den Kultusministerien angestrebt.

Eine weitere Sorge sind die Rabatte bei öffentlichen Schulbuchaufträgen. Nach der Preisverordnung PR 1/77 im Bundesanzeiger vom 25. Januar sind bei Aufträgen über mehr als zehn Stück bis zu einem Auftragswert von über hunderttausend Mark Nachlässe von acht bis 15 Prozent zu gewähren.

Die sechste und wohl größte Sorge des Buchhandels ist das Fehlen einer deutlichen öffentlichen Anerkennung für die kulturelle Leistung, die Dolmetschfunktion der Informationsbörse Buchhandlung. Es fehlt, wie gesagt, die Medienpolitik für das Buch. Dieser Vortrag wollte Unterlagen, Material, Anregungen für eine Medienpolitik für das Buch geben. Nur eine Medienpolitik, die das Buch einbezieht, kann ihre Funktion erfüllen. Eine Medienpolitik für das Buch sollte in erster Linie freie und umfassende Meinungsbildung jedes Bürgers ermöglichen, eben um ein geistig-kulturelles Klima mit Toleranz, Verständnis, Dialog zu erhalten. Eine Medienpolitik für das Buch sollte die in Artikel fünf des Grundgesetzes intendierte Kontrollfunktion gegenüber aller Staatsstätigkeit, gegenüber Vermachtung und Interessen bewahren und sichern. Sie sollte dieses Offenhalten und kritische Durchleuchten der Entscheidungsprozesse, dieses Aufzeigen von Zusammenhängen erleichtern, zum Beispiel durch aktive Buchhandlungen, durch Buchausstellungen, durch Sonderkonditionen für Gemeinschaftsaktionen des Buchhandels auf Messen, Kongressen, in staatlich geförderten Forschungs- und Entwicklungsprogrammen oder Bildungsveranstaltungen. Eine Medienpolitik für das Buch hat aber auch eine wichtige Integrationsfunktion: Es ist erst das breite Netz der Verleger, Buchhändler, die Kommunikationsinfrastruktur, die Kommunikationschancen, Beteiligung an wichtigen beruflichen, politischen, sozialen Aktionen auch für Minderheiten, für Randgruppen, für den Normalbürger ermöglichen. Eine Medienpolitik für das Buch hat ferner eine Forumsfunktion, also die Aufgabe, öffentliche Meinung als ständig erneuerte Meinungsvielfalt herzustellen und Teilöffentlichkeiten aufzulösen und wieder im Konsens zusammenzuführen. Eine Medienpolitik für das Buch hat eine Innovationsfunktion, um dem Verleger, um dem Autor, um dem Mann der Idee zu zeigen, wie er diese Idee auf dem Markt oder in der Politik umsetzen kann.

Ich hoffe, daß wir endlich zu einer so verstandenen, breit angelegten Medienpolitik für das Buch kommen. Ohne Buch fehlt der Medienpolitik einfach das Herz.

## Impressum

### HERAUSGEBER

Börsenverein des Deutschen Buchhandels e.V.  
Das BÖRSENBLATT ist das Verbandsorgan des Börsenvereins

### REDAKTION

Chefredakteur: Hanns Lothar Schütz

Stellvertretender Chefredakteur: Gerd Schulz

Redakteure: Eva-Maria Neubert, Dr. Barbara Scharloth, Edith Minarsch, Killan Stein

Redaktioneller Beirat: Dr. Herbert Haag (Steuer), Franz-Wilhelm Peter (Recht), Stefan Jaeger und Partner (Buchmarketing)

Bellagen: »Aus dem Antiquariat«: Dr. Karl H. Pressler, »Buchhandlungsgeschichte«: Bertold Hack, »Archiv für Soziologie und Wirtschaftsfragen des Buchhandels«: Dr. Horst Machill

Korrespondenten: Ursula Pommer (München), Arne Opitz (Bonn), Renate Federhen-Roske (Stuttgart), Henning Habarbeck (Hamburg), Hedda Pänke (Berlin), Ernest R. Till (London), Guillaume Anizan (Paris), Anna Alberti (Rom), Henk Brabant (Brüssel), Bo Björnson (Stockholm), Ruth Binde (Zürich), Raoul Blahacek (Wien), Emilia Alexiou-Lapa (Athen), Barbara Dubro, Nicolai Philipp (New York), Dietrich Frank (Washington)

Bildnachweis: Privat / Archiv / Wilhelm Hartung / Gerd Schulz / Fay Godwin / brebruk / Düsseldorf / Messen

Bibliografische Ergänzungen: Höhns, Report über die Nachrichtenagenturen (Nomos) Einzelband 29,90 Mark, beide Bände zusammen 40 DM

### VERLAG

Buchhändler-Vereinigung GmbH.

Anschrift des Verlages und der Redaktion:  
Großer Hirschgraben 17/21, Postfach 2404,  
6000 Frankfurt/Main 1  
Telefon: (0511) 13061  
Telex: 4-13573 buchv d

Herstellung: Konrad Herzberg

Anzeigen: Etta Nolte; Stellvertreter: Eva Schimledekind

Vertrieb: Marga Dols

Erscheinungsweise: dienstags und freitags

Bezugsbedingungen: Lieferung nur durch die Post. Preis: 44 Mark monatlich. Bestellungen buchhändlerischer Bezahler nur an den Verlag, andere nur an den Buchhandel. Einzelnummer: 6,55 Mark. Für Sondernummern gelten bei Einzelbezug besondere Preise. Die Mitglieder des Börsenvereins erhalten laufend ein Exemplar des BÖRSENBLATTES im Rahmen ihrer Mitgliedschaft kostenlos. Bestellungen in Österreich bei der Verwaltung des »Anzeigers des österr. Buchhandels«, A-1010 Wien 1, Grünangergasse 4. Die Beilage »Aus dem Antiquariat« kann gesondert bezogen werden. Jahresabonnement: 55,70 Mark. Im Falle höherer Gewalt keinerlei Ansprüche.

Postcheckkonten: Frankfurt/Main 145285-605 (Bankleitzahl 50010080), Wien 1088,777  
Bankverbindung: Deutsche Bank, Frankfurt/M., Kto.-Nr. 91/5528 (Bankleitzahl 50070010)  
Gerichtsstand: Frankfurt/M. und Hamburg

Anzeigenpreisliste: Es gilt der Tarif Nr. 34 vom 1.1.1977

Druck: Main-Echo, Kirsch & Co., Goldbacher Straße 25-27, 8750 Aschaffenburg.