

Evangelisch-kirchliche Verlage angesichts des Medienwandels und anderer Herausforderungen¹

Hasko von Bassi

Mit knapp 90 000 Titeln ist die deutschsprachige Buchproduktion im Jahre 2005 gegenüber 2004 wiederum gestiegen, und zwar um etwa 4 %. „Die Literaturflut, die zu jeder Frankfurter Messe erneut anschwillt, ist eine echte Bedrohung“, hört man vielfach sagen. „Die große Menge Bücher, die alle Messe herauskommt, ist ein großer Verderb“, so formulierte es Immanuel Kant. Ganz neu ist das Problem also nicht, aber die Dimensionen haben doch eine neue Qualität erreicht. In der deutschen Buchhandelsstatistik gibt es ein Sachgebiet „Religion, Theologie“. Vor knapp 120 Jahren, 1890, waren 9,3 % aller produzierten Titel diesem Sachgebiet zuzuordnen, 1908: 7,7 %. In der Bundesrepublik lag der Wert lange stabil bei 5,5 %. Das begrifflich neuerdings etwas modifizierte Sachgebiet „Theologie, Christentum“ deckt 2005 ca. 4,5 % der Titelproduktion ab. Unter Hinzunahme von Büchern über nichtchristliche Religionen dürfte man nach wie vor bei etwa 5 % liegen. In Deutschland erscheinen nunmehr also an jedem Tag, den der Herr werden lässt, 247 neue Buchtitel, 12 bis 13 davon im Segment „Religion und Theologie“. 12 bis 13 an jedem Tag, Sonn- und Feiertage eingeschlossen!

Da ist es nicht ganz leicht, für den einzelnen Titel die erforderliche Aufmerksamkeit zu erzeugen. Und es ist vor diesem Hintergrund auch verständlicher, warum Titel schon wenige Monate nach Erscheinen in der Backlist verschwinden. Die Produktzyklen sind extrem kurz geworden. Interesse für Backlist-Titel zu wecken, ist nur in Ausnahmefällen noch möglich.

Bücher im herkömmlichen Sinn machen dabei 96,4 % der Verlagsproduktion aus. Das ist die Realität in den allermeisten Verlagen und zugleich eine erste Antwort auf die Frage nach einem möglichen Strategiewandel durch die neuen Medien. Innerhalb des Segments Religion sind die sog. „populären Schriften“ die größte Teilgruppe. Hier finden sich Lebenshilfe-

¹ Vortrag auf der 3. Gemeinsamen Jahrestagung der Arbeitsgemeinschaft katholisch-theologischer Bibliotheken und des Verbandes kirchlich-wissenschaftlicher Bibliotheken am 20. 6. 2006 in Loccum. Die Vortragsform wurde beibehalten.

bücher mit religiösem Touch und fromme Geschenkbücher, Produkte, die auch das Programm vieler kirchlicher Verlage prägen.

Kommen wir also auf kirchliche Verlage zu sprechen. Mit den Definitionen ist es so eine Sache. Die ansonsten hervorragende 4. Auflage der RGG ist an diesem Punkt recht kläglich gescheitert. Ursprünglich war das Lemma „Verlage“ aufgeteilt in 1. Religiöse Verlage, 2. Kirchliche Verlage. Nach kritischen Rückfragen aus der Branche, ob denn das eine sinnvolle Einteilung wäre, hat man dann die Differenzierung in 1. Religiöse, 2. Christliche Verlage gewählt. Auch nicht wirklich überzeugend. Der schließlich gefundene Autor hat sich tapfer bemüht, aber gewinnen kann man die Partie bei einer solchen Ausgangslage nicht. So wird der Herder-Verlag jetzt unter den religiösen Verlagen geführt, das Lutherische Verlagshaus aber unter den christlichen. Das liest man als Lutheraner doch gern.

Dabei ist die Sache ganz einfach: Kirchliche Verlage sind Verlage, die in kirchlichem Besitz sind. Fragen Sie mich, wie viele kirchliche Buchverlage es im deutschen Protestantismus denn eigentlich gibt, so muss ich Ihnen eine klare Antwort schuldig bleiben. In landeskirchlichem Besitz befinden sich noch 11 Unternehmen. Vor kurzem waren es noch ein paar mehr. Aber einige dieser Verlage sind vor drohender oder nach tatsächlich eingetretener Insolvenz mehr oder minder diskret geschlossen worden, wie etwa der Spener-Verlag in Frankfurt.

Verlage mit kirchlichen Eigentümern gibt es deutlich mehr als elf: Verlage, die im Besitz kirchlicher Einrichtungen oder Werke sind, Verlage kirchlicher Fachhochschulen, Verlage der Diakonie. Es tummelt sich also ganz ordentlich was.

Als Anfang der 90er Jahre das Publizieren auf elektronischen Datenträgern ein Thema wurde, gab es in der Verlagsbranche zunächst eine nicht unerhebliche Verunsicherung. Über Jahrhunderte war die verlegerische Tätigkeit an den Datenträger Papier gebunden gewesen. Nun plötzlich gab es diese merkwürdigen kleinen eckigen Dinger, jawohl eckig, denn es ging damals ja noch um Disketten. Es dauerte zwei, drei Jahre. Dann hatte die ganz große Aufregung sich wieder gelegt, und es war klar: Verleger sind keine Papierwarenhändler. Verleger fungieren als Informationsvermittler und zwar auf jedem Trägermedium. Die Verlegerrolle war und ist die der Informationsaufbereitung und -verbreitung und nicht etwa das Bedrucken von Papier, wie es der Herausgeber der New York Times formulierte.

Außerdem wurde damals deutlich: Das eine oder andere Buch wird's vielleicht auch künftig geben. Als ich etwa 1993/94 an einer Tagung der Society of Biblical Literature teilnahm, die eine Session dem Thema „Electronic Publishing“ widmete, sagte ein britischer Verlagskollege auf die Frage, was uns denn die Elektronik gebracht habe, lakonisch: „More books.“ In der Tat:

Zunächst gab es nun ein neues Thema, das wiederum in Büchern traktiert wurde. Die Einführung „Internet für Theologen“² z. B. findet sich zwischen zwei Buchdeckeln. Der Informationswissenschaftler Reinhard Kühlen aus Konstanz hat Mitte der 90er großzügig prognostiziert, dass wir bis 2010 noch vorwiegend herkömmlich auf Papier publizieren werden. Heute sehen wir: Das ist gewiss deutlich zu kurz gegriffen.

Ich nenne, ohne jeden Anspruch auf Vollständigkeit, vier Gesichtspunkte, die für das Buch sprechen³:

Es ist zunächst einmal seine Geräteunabhängigkeit. Bücher brauchen kein Abspielgerät, Bücher können zu jeder Zeit und an jedem Ort verwendet werden. Das Buch braucht, außer dem Kaufpreis, keine technische Vorleistung, um konsumiert werden zu können. In der Technikabhängigkeit der neuen Medien liegt auch langfristig ein Problem, denn es muss immer dafür gesorgt werden, dass entweder die Daten fortlaufend in aktuelle Formate gebracht werden (Datenmigration) oder dass aber (als unrealistische Variante) die entsprechende Hardware archiviert wird, damit auch morgen noch gelesen werden kann, was heute elektronisch aufgeschrieben wurde.

Das Buch ist für die Bibliotheken eine einmalige Anschaffung. Digitale Datenbestände verursachen immer wieder neue Kosten, denn spätestens bei jeder neuen Generation von Speichersystemen gilt es, die wichtigsten Altbestände zu überführen. Wer heute versucht, Daten von einer 8“-Diskette, wie sie vor 15 Jahren durchaus noch zum Einsatz kam, auszulesen, wird dies umgehend feststellen. Selbst wenn überhaupt noch Daten auf der Diskette erhalten geblieben sind, werden höchstens noch in einem technischen Museum die Laufwerke zu finden sein, mit denen diese Disketten gelesen werden können.

Zweitens ist das Verteilungssystem für die Printmedien sehr viel robuster. Ein Buch, das in einigen hundert Exemplaren über den Markt verteilt wurde, ist kaum noch zu vernichten. Viele Bücher aus früheren Jahrhunderten sind uns nur deshalb überliefert, weil sie in vielen Exemplaren an vielen verschiedenen Stellen gesammelt wurden. Wenn später durch Kriege, Brände, Plünderungen oder andere Katastrophen diese Bücher zerstört wurden, blieb häufig wenigstens eines der anderen Exemplare erhalten.

Drittens gibt es, und das scheint mir das Wesentliche zu sein, ein inhaltlich-strukturelles Argument für das Buch. Das Buch bietet in der Regel größere zusammenhängende Informationskomplexe an. Es ermöglicht ein

² NETHÖFEL, Wolfgang : Internet für Theologen : eine praxisorientierte Einführung. Wolfgang Nethöfel und Paul Tiedemann. – Darmstadt : Primus-Verl., 1999.

³ Siehe hierzu u.a.: Karl STEINBUCH, Das „alte“ Buch zwischen den „Neuen Medien“, in: Das optimale Medium. Bücher und Zeitschriften in der Wissenschaft, Arbeitsgemeinschaft wissenschaftliche Literatur: Stuttgart 1984, S. 41–65

ruhiges und ambitioniertes Wahrnehmen komplexer Inhalte. Aus Untersuchungen ist bekannt, dass der maximale Leseumfang am Bildschirm sechs Seiten nicht überschreitet. Der leider viel zu früh verstorbene Buchwissenschaftler Dietrich Kerlen hat m. E. zu Recht die Bedeutung von Langtexten für die Kultur der bürgerlichen Gesellschaft und für die Entwicklung von Urteilsfähigkeit hervorgehoben und damit zugleich ein beeindruckendes Plädoyer für die Zukunft des Buches gehalten.

Schließlich ist eine weitere Qualität des Buches sein Charakter als unveränderbares Dokument mit den entsprechenden urheberrechtlichen Schutzmöglichkeiten⁴. Das digitale Wasserzeichen reicht nach allem, was wir wissen, keineswegs aus, um davon abzuschrecken, elektronische Raubkopien zu fertigen. Nicht ohne Grund haben namhafte Publikumsverlage vor wenigen Monaten eine Arbeitsgemeinschaft Kopierschutz ins Leben gerufen. Der freie Zugang zu Inhalten wird allzu leicht mit freier Verfügbarkeit über die Inhalte verwechselt.

Weiter reicht noch die Gefahr der Manipulierbarkeit des „unkörperlichen“ digitalen Textes. Vor allem bei den Online-Medien besteht das Risiko, dass der Autor die Kontrolle über sein geistiges Eigentum verliert. Die Verfügungsmöglichkeit des Autors über sein Werk, sein Anspruch im Zusammenhang seiner Gesamtargumentation wahrgenommen zu werden, ist bedroht. Bislang hatte der Leser und Nutzer eines Buches immer auch das Titelblatt in der Hand. Man wusste, wer das geschrieben hatte und wann er es zum Druck gegeben hatte. Inzwischen aber können Texte, geistiges Eigentum hin- und hergeschoben werden, große Passagen per Mausclick neu zusammenmontiert werden, ohne dass dies effektiv zu kontrollieren ist.

Nun möchte ich an dieser Stelle nicht nur den Kulturpessimismus pflegen. Selbstverständlich haben die elektronischen Medien vor allem mit ihren hervorragenden Recherchemöglichkeiten auch ihrerseits spezifische Systemvorteile. Vor allem, wo Aktualität wichtig ist, gibt es zu Recht eine gewisse Verdrängung der Papiermedien durch online verfügbare Datenbanken. Wir im Lutherischen Verlagshaus spüren dies beispielsweise bei der Rechtssammlung der Hannoverschen Landeskirche, deren Printversion bei uns mit nun leider sinkender Auflage erscheint, denn inzwischen ist das meiste auch online verfügbar. Natürlich sind vor allem Bücher, die Inhalte von kurzfristiger Aktualität speichern, generell eine bedrohte Spezies.

Der Markt reagiert auf neue technische Entwicklungen im allgemeinen recht rational. Wo sich spezifische Vorteile, wie z. B. bei den hervorragenden elektronischen Recherchemöglichkeiten, zeigen, da gewährt der Markt Chancen. Wo nicht, da nicht.

⁴ So jüngst auch W. Georg Olms.

Kaum akzeptiert hat der Markt bislang das e-book. Auch wenn im Börsenblatt immer wieder mal Artikel erscheinen, die ein großes Wachstumspotential beschwören, ist das tatsächliche Ergebnis doch mau. Selbst in den USA wurden 2005 ganze 800.000 Dollar mit e-books umgesetzt. Bei der Plattform ciando, an der auch unser Haus sich mit einigen ausgewählten Titeln versuchsweise beteiligt, wurde im vergangenen Jahr ein nur fünfstelliger Eurobetrag umgesetzt.⁵ Ob hier wirklich Gewinne zu erzielen sind, scheint mir fraglich, zumal mit der Mehrwertsteuer-Erhöhung zusätzliche Hemmnisse entstehen, denn e-books unterliegen dem vollen Steuersatz.

Das Hörbuchsegment entwickelt sich nach wie vor sehr dynamisch mit jährlichen Zuwachsraten von deutlich über 10 % (14,1 %). Insgesamt ist sein Anteil am Gesamtbuchmarkt mit 3,4 % derzeit aber immer noch marginal.

Selbstverständlich haben auch wir im LVH uns dem Thema Hörbuch zugewandt, zumal wir mit unserer Schwesterfirma Evangelischer Kirchenfunk Niedersachsen über eigene Tonstudios verfügen. Unsere Erfahrung zeigt freilich, dass gut gehende Buchtitel dann als Hörbuch durchaus geringere Akzeptanz finden können. Das religiöse Buch, das religiöse Sachbuch ist ganz offenkundig nur begrenzt hörbuch-affin. Es mag mit den Gewohnheiten und der soziodemographischen Struktur der Leserschaft zusammenhängen, vielleicht auch mit den spezifischen Inhalten, die eher nach konzentrierter Lektüre als nach entspanntem Zuhören verlangen. Eine klare Antwort haben wir bislang nicht gefunden. Das Thema Hörbuch steht bei uns nach wie vor auf der Agenda, mittlerweile aber etwas weiter unten.

Die sog. neuen Medien haben für uns vor allem in produktionstechnischer und vertrieblicher Hinsicht Bedeutung. Prognosen sind bekanntlich eine schwierige Angelegenheit, besonders wenn sie die Zukunft betreffen. Manchmal freilich gibt es Glückstreffer. In einem futurologischen Buch, das ich als Junge verschlungen habe und das 1968 erschien, gibt eine ganz interessante Vorhersage. Das Buch hatte den Titel „Report 1998. So leben wir in 30 Jahren“.⁶ Dort hieß es: „Etwa von 1975 an werden sich den neuen wendigen Computern viele neue Betätigungsbereiche erschließen. Automatisierte Bibliotheken stehen schon heute auf der Wunschliste. Sie dürfen sich das Verfahren nicht so vorstellen, liebe Leser, dass da einfach auf einen Knopf gedrückt wird und das Fließband dann das gewünschte Buch bringt. Die Automation bietet wesentlich mehr. Der Computer kann in einem unvorstellbaren Tempo auch lesen, aussuchen und schreiben. Es genügt, ihm mit einer Literaturliste bestimmte Stichwörter einzugeben und schon kommen

⁵ Börsenblatt Nr. 51, (2005), S. 11

⁶ Ernst GEHMACHER: Report 1998 : so leben wir in 30 Jahren. – Stuttgart, 1968.

vom Fließband fertig gedruckte Buchauszüge. Es wird dann praktisch überflüssig, Bücher in der heutigen Form überhaupt noch zu drucken.“ Soweit diese nicht in allen Details, aber im großen und ganzen zutreffende Vorhersage.

Publishing on demand, auch eine Form des Medienwandels, ermöglicht es uns im LVH heute, eine Reihe von Titeln mit begrenzter Reichweite, vor allem wissenschaftlich-theologischer Art, den ökonomischen Problemen zum Trotz dennoch in Verlag nehmen und dem Leser anbieten zu können.

Kommen wir zu den vertrieblichen Aspekten

Erste Erfahrungen zeigen, dass Buchtitel, die im Internet als Volltext recherchierbar sind, signifikant höhere Absatzchancen haben. Vor allem auch Backlist-Titel profitieren davon. Benutzer stoßen bei Eingabe des gewünschten Suchbegriffs auf Bücher, die ihnen im Buchhandel oder auch in der Bibliothek möglicherweise nicht begegnet wären. Da die an sich wünschenswerte brancheninterne Lösung des Börsenvereins immer noch auf sich warten lässt (nicht einmal ein klarer Projektplan steht bis jetzt), sehen sich viele, vor allem der kleineren Verlage gezwungen, sich kommerziellen Anbietern zuzuwenden. Auch wir machen jetzt entsprechende Versuche mit einer zunächst begrenzten Anzahl von Titeln, deren Absatzverhalten wir in den kommenden Monaten genau studieren werden. Mit am weitesten fortgeschritten ist die Entwicklung bei „Google book search“ (gestartet unter dem Namen „Google print“), u. a. mit den Teilbereichen „Google Library Project“, „Google Scholar“ und „Google Maps“.

Das Einscannen von bis zu 15 Millionen Büchern aus den Beständen großer US-amerikanischer und britischer Bibliotheken ist geplant und zumindest teilweise bereits in Angriff genommen. Es ist bekannt, dass seitens einiger großer Verlage dagegen geklagt wird. Eine gerichtliche Entscheidung ist zumindest mir noch nicht bekannt.

Die Zurverfügungstellung von Buchinhalten im Internet wird sich kaum aufhalten lassen. Die Initiativen in dieser Richtung sind dafür einfach zu zahlreich. Seit einem Dreivierteljahr arbeitet vor allem in den USA die Open Content Alliance (OCA), deren Geschäftsmodell freilich bislang nicht wirklich deutlich ist. Auch Amazon dehnt sein „Search inside“-Programm aus, und wichtige europäische Nationalbibliotheken arbeiten an der „Digitalen Europäischen Bibliothek“.

Das Portal „deutsches-fachbuch.de“ bietet zwar keine komplette Volltextsuche, aber die Titel können auf Inhaltsverzeichnis und Stichwörter

hin durchsucht werden. Unschöne Begleitumstände, wie die Tatsache, dass der Betreiber die ihm zum Einscannen überlassenen Bücher danach unter Preis weiterverkauft, wogegen jetzt geklagt wird, ändern nichts daran, dass sich vor allem für kleinere Verlage, die in den Buchhandlungen nur geringe Chancen haben, hier zusätzliche Absatzmöglichkeiten ergeben.

Das Rollengefüge zwischen Verlagen, Buchhandlungen und Bibliotheken wandelt sich. Bibliotheken werden verlegerisch aktiv, wie etwa als Vorreiter die Cornell University Library und mit ihr viele Bibliotheken weltweit, vor allem bei Open-Access-Publikationen. Und Verlage sehen sich gezwungen, sich zunehmend auch buchhändlerisch zu betätigen.

Wie die meisten kleinen Verlagsunternehmen sind auch die kirchlichen Verlage damit konfrontiert, dass für sie der Buchhandel als Vertriebspartner zunehmend an Bedeutung verliert. Die dezidiert evangelischen Buchhandlungen haben weithin große wirtschaftliche Probleme. Ihre Zahl verringert sich durch Insolvenzen und Geschäftsaufgaben stetig. Die allgemeinen Sortimente auf der anderen Seite sehen sich zunehmenden Konzentrationsprozessen ausgesetzt. Die Verteilungskämpfe innerhalb des Buchhandels haben deutlich zugenommen. Und die großen Ketten setzen ihrerseits die Verlage unter Druck, ihnen Sonderkonditionen einzuräumen. Nicht von ungefähr hat Peter Conradi vor einigen Wochen gefordert, die Buchpreisbindung zu erweitern und gesetzlich zu unterbinden, dass die Verlage den Ketten bessere Konditionen bieten als dem unabhängigen Buchhandel. Aus den USA kenne ich die Gepflogenheit, dass man als Verleger allein für die Präsenz im Buchregal des Händlers Miete zu entrichten hat. Wir sind davon in Deutschland nicht mehr allzu weit entfernt.

Die Thalia-Buchhandelskette hat ihre Forderungen an die Verlage in einem entsprechenden Schreiben im vergangenen Herbst deutlich gemacht: Höchststrabatte, Werbezuschüsse, Zugriff auf Premierenlesungen, Neueröffnungsprämien und Kostenbeteiligung an der Einrichtung neuer Thalia-Filialen. Da freut man sich doch, ein kleiner kirchlicher Verleger zu sein. Wir bleiben von solchen Schreiben verschont. Freilich findet man auch unsere Bücher nicht bei Thalia. Die großen Ketten haben ihren Einkauf weitgehend zentralisiert. Im Bereich „Religion“ (häufig in Kombination mit „Lebenshilfe“ und/oder „Esoterik“) werden vielfach nur noch Bücher von zwei, drei Verlagen gelistet. Neben Bertelsmann ist häufig Herder, und dies vollkommen zu Recht, mit dabei.

Andere Anbieter schaffen den Sprung in die Regale nur ausnahmsweise und regional begrenzt. Vor einigen Jahren haben wir es aufgegeben, über Buchhandelsvertreter unsere Produktion dem Buchhandel zu präsentieren, ohne dass dies zu einem messbaren Unterschied in den Absätzen geführt hätte. Die Betreuung unserer wichtigsten Buchhandelskunden erfolgt jetzt

durch eine Mitarbeiterin unseres Lektorats. Der Buchhandel insgesamt wird aktuell durch entsprechende E-Mails auf Neuerscheinungen aufmerksam gemacht.

Verstärkt haben wir unsere Pressearbeit und das Veranstaltungsmarketing

Der Sortimentsbuchhandel ist mit einem Anteil von aktuell knapp 50 % zwar nach wie vor der wichtigste Absatzkanal für die Buchproduktion der Verlage, aber mit deutlich abnehmender Tendenz. Wachstumsbereiche sind demgegenüber der Online-Versandbuchhandel und der Direktvertrieb durch die Verlage selbst. Vor allem der Anstieg des Direktvertriebs durch Verlage ist offenkundig. Betrug er im Jahr 1980 noch 11,3 %, so ist er 2005 auf 17,6 % angewachsen. Auch im Lutherische Verlagshaus hat der Direktvertrieb in den letzten Jahren zunehmend an Wichtigkeit gewonnen. Mittlerweile werden sogar 25 % des Gesamtumsatzes über unsere eigene Versandbuchhandlung „Bücherbote“ bzw. im Internet unter der Marke „bibli.com“ generiert. Wir sind damit selbst der größte Einzelkunde. Wir stellen dies keineswegs mit Genugtuung fest. Denn unsere Versandaktivitäten binden personelle und finanzielle Ressourcen, die wir gern auch anderswo einsetzen würden. Allein, die Verhältnisse sind nicht so, dass dies möglich wäre.

Die Frage nach den Herausforderungen der Zukunft, die Frage nach einem sinnvollen Umgang mit den Chancen und Risiken der Weiterentwicklung neuer Medien, sind für die meisten evangelischen Verlage in kirchlichem Besitz nachgeordnete Probleme, solange die Unternehmenseigner die grundsätzlichen Unternehmensziele noch nicht formuliert haben. Im deutschen Protestantismus gibt es eine Besonderheit. Man schätzt die eigenen Institutionen gering. Das Glück wird überall vermutet, nur nicht da, wo man selbst tätig ist. Das gilt weithin auch für den Umgang mit den eigenen Medienunternehmen, ganz gewiss aber für den Umgang mit den eigenen Buchverlagen. Man weiß im Grunde nicht so recht, wozu die eigentlich da sein könnten. Es gibt sie halt aus historischen Gründen, aber brauchen tut man sie nicht wirklich.

Das publizistische Grundsatzdokument der EKD „Mandat und Markt“ von 1997 spiegelt die Ratlosigkeit deutlich wider, wenn etwa hinsichtlich der eigenen Verlage erstaunt festgestellt wird: „Eine Entwicklung und Vermarktung von Bestsellern werden nicht systematisch betrieben.“ Ich glaube, auch der Herder-Verlag wäre froh, wenn es ein systematisches Verfahren für die Entwicklung von Bestsellern tatsächlich gäbe.

Es ist mir ein Trost, dass die kirchlichen Bibliotheken in diesem Dokument (Mandat und Markt) auch nicht sehr viel besser behandelt werden. Selbstverständlich ist es sinnvoll, den Versuch zu machen, Bücher in möglichst großen Stückzahlen zu verkaufen. Es ist für die kircheneigenen Verlage freilich schwierig, dies zu leisten, solange (abgesehen von Gesangbüchern und Agenden) all die Titel aus dem kirchenamtlichen Bereich oder aus der Feder hochrangiger kirchlicher Repräsentanten, die überhaupt über größere Absatzchancen verfügen, geradezu systematisch an den eigenen Verlagshäusern vorbei bei den großen Häusern der Branche, also etwa Bertelsmann/Random House, publiziert werden. Um nicht missverstanden zu werden: Gegen diese Publikationspolitik ist überhaupt nichts einzuwenden. Selbstverständlich haben Titel, die bei Bertelsmann oder eben bei Herder erscheinen, deutlich bessere Marktchancen. Die genannten Häuser sind wesentlich vertriebsstärker als die allermeisten evangelisch-kirchlichen Verlage.

Die protestantische Publikationspolitik ist zugleich aber auch der sicherste Garant dafür, dass sich an diesem Zustand nichts ändern wird. Der Evangelische Erwachsenenkatechismus der VELKD erscheint eben bei Bertelsmann, während ein Spezialtitel zur Rechtfertigungslehre dann auch schon mal einem kirchlichen Verlag angeboten wird. Auch neue umsatzträchtige Publikationsvorhaben werden den kirchlichen Verlagen nicht offeriert. Der geplante Evangelische Lebensbegleiter der VELKD geht wiederum an Bertelsmann.

Der „Gesamtplan Öffentlichkeitsarbeit und Publizistik der Konföderation evangelischer Kirchen in Niedersachsen“ von 1990, der im Grundsatz immer noch gültig ist, stellt hinsichtlich der evangelischen Verlagslandschaft lakonisch fest: „Aus guten Gründen gibt es ... schon lange kirchliche Verlage“ (59), freilich ohne diese guten Gründe weiter auszuführen. Man beschränkt sich auf den Hinweis: „Kirchliche Verlage sind ... mit ihrer ... Buchproduktion eher in der Mitte ihrer Kirchentradition zu Hause, was in Krisen von Bedeutung sein kann. Sie sind aber zugleich auch stärker mit Auftragsproduktionen belastet, die keinen Gewinn abwerfen ...“ (60).

Aber es geht inzwischen noch weiter, denn aus den kirchlichen Einrichtungen selbst heraus erwächst den kirchlichen Verlagen eine Konkurrenz. Die angesichts der Finanzknappheit mit guten Gründen zunehmend eingeführte Budgetierung der Einrichtungen und Dienststellen hat zur Folge, dass deren Publikationen vermehrt im Selbstverlag erscheinen.

Da die Gehälter der daran beteiligten Personen in aller Regel nicht in die Kalkulation einfließen und also lediglich Druck- und Bindekosten anfallen, ergibt sich auf den ersten Blick ein günstigeres Ergebnis. Ob das Ergebnis freilich bei einer Gesamtbetrachtung noch überzeugt, wird man zumindest

fragen dürfen. Wie sinnvoll es betriebswirtschaftlich eigentlich ist, dass nach A 13 oder gar höher besoldete Pastoren und Kirchenbeamte ihre Arbeitszeit auf Umbruchkorrekturen verwenden, darüber gehen die Meinungen offenbar auseinander.

Was also tut ein kleiner kirchlicher Verlag vor diesem Hintergrund? Er konzentriert und spezialisiert sich.

Den einen Schwerpunkt unserer Arbeit sehen wir im Bereich Gottesdienst und Liturgie. Neben Lektionar und Perikopenbuch und das aus dem Kirchentagsliederheft hervorgegangene Beiheft zum Niedersächsischen Gesangbuch haben wir eine neue gottesdienstliche Praxisreihe gestellt. Die im Frühjahr 2004 eingeführte und sehr erfolgreiche Reihe „gemeinsam gottesdienst gestalten“, deren sechster und siebter Band derzeit in Vorbereitung sind, wird von uns in Zusammenarbeit mit dem Michaeliskloster, dem Zentrum für Gottesdienst und Kirchenmusik in Hildesheim, herausgegeben.

Das Börsenblatt des Deutschen Buchhandels hat vor wenigen Wochen einen „Frühling der Werte“⁷ konstatiert. Insofern gibt es für Verlage, die sich diesen Themen widmen, im Grundsatz durchaus Marktchancen. In der Tat ist gesamtgesellschaftlich ein wachsendes Interesse an religiösen Grundfragen zu beobachten und ein steigender Bedarf an verlässlichen Informationen nicht mehr nur allgemein über die Weltreligionen, sondern dezidiert über die unsere, das Christentum und seine institutionelle Gestalt. Auch diesem Bedürfnis versuchen wir mit entsprechenden Sachbüchern entgegenzukommen, zuletzt etwa mit „Kirche für Neugierige“ oder mit einer Einführung in die Confessio Augustana unter der Überschrift „Augsburg für Anfänger“. Gleichwohl wird man feststellen müssen, dass Wachstumspotentiale im volkskirchlichen Bereich zwar vorhanden, aber doch von begrenztem Umfang sind. Es ist nicht von ungefähr, dass Bertelsmann sein Verlagsportfolio mit Gerth Medien um ein evangelikal geprägtes Programm ergänzt hat, in dem deutlich mehr Dynamik steckt. Ein Weg, der einem landeskirchlichen Verlag nicht offen steht.

In unserem Programm für tendenziell kirchenferne, aber an religiösen Inhalten interessierte Leser erscheinen darüber hinaus Bücher zur Lebens- und Freizeitgestaltung, wie z. B. unser Pilgerbuch „Zwischen Loccum und Volkenroda“.

⁷ Frühling der Werte : Wachstumspotenziale, religiöse Verlage erweitern ihr Programm, Publikumsverlage produzieren spirituelle Titel. – In: Börsenblatt für den deutschen Buchhandel : Spezial [Theologie] Nr. 173 (2006), 16–20.

Im wissenschaftlichen Programmteil schließlich konzentrieren wir uns auf das Luthertum und seine Geschichte sowie auf kirchengeschichtliche Studien und Editionen mit niedersächsischem Bezug. Mit all dem tragen natürlich auch wir, ich muss es gestehen, zur Publikationsflut bei.

Zwischen Beginn und Ende Ihrer Tagung, meine Damen und Herren, werden abermals 50 Neuerscheinungen aus dem Themenfeld „Religion und Theologie“ auf den Markt gekommen sein und nach Ihrer Rückkehr ins Büro darauf warten, von Ihnen angekauft zu werden. Meine herzliche Bitte an Sie: Seien Sie streng.

Die Bibliotheken, als wichtige Kunden der Verlage, müssen beim Einkauf hohe Qualitätsmaßstäbe anlegen. Selektive Ankaufspolitik der Bibliotheken ist eine der elementaren Voraussetzungen für die Verbreitung qualitativ hochwertiger theologischer und religiöser Sachbuchliteratur, an der beide hier heute vertretenen Verlage ein hohes Interesse haben.