

Frankfurter Positionen zur Lage und Zukunft der Lyrik *Buchhandel*

Aktuell sind u. a. folgende positive Entwicklungen auszumachen:

- Die Netzwerke unter Autor*innen, Verlagen und einigen Buchhandlungen funktionieren hervorragend
- Vermarktung von Lyrik findet verstärkt über die sozialen Medien statt: Lyriker*innen verkaufen sich besonders gut, die über soziale Medien groß geworden sind (z.B. Kate Tempest)
- Es ist ein Trend zu beobachten: Es wird vermehrt Lyrik im Original und in Übersetzung gekauft
- Buchhändler*innen arbeiten kontinuierlich daran, dass Lyrik aus der Lyriкеcke rauskommt: über Newsletter, Präsentation von Lyrikbänden an der Kasse und an Orten über den Laden verteilt
- Als positive Modelle sind zu nennen: a) *Indiebookday*: wird sehr stark wahrgenommen, sorgt für sehr guten Besuch in den Buchhandlungen und dementsprechenden Mehrumsatz; b) *Lyrik-Empfehlungen* von Deutscher Akademie für Sprache und Dichtung, Haus für Poesie, Lyrik Kabinett und Deutschem Bibliotheksverband e. V., die für den Buchhandel (als rückversicherndes Verkaufsargument) und sein Sortiment (Einkaufshilfe) ausgesprochen hilfreich sind

Aktuelle Herausforderungen sind demgegenüber:

- Negative Schlagzeilen für UND DURCH die Buchbranche: Nimmermüdes Klagen um Käuferschwund, auch durch den Börsenverein. Aber es folgt keine nähere Differenzierung, in welchen Segmenten dieser Käuferschwund besonders auffällig ist, noch eine erläuternde Unterscheidung von Buchkäufer*innen und Leser*innen (die nach wie vor Bücher kaufen).
= Herausforderung: Stärkung des Eigenbildes von Buchhandel.
- Und das Branchenmarketing ?
FEHLANZEIGE. Nein, falsch: „Vorsicht Buch“ und „Jetzt ein Buch“. Leider waren diese Kampagnen eher hilflose und unprofessionelle Marketingmaßnahmen, ohne Witz und Biss.
= Herausforderung: Vision des Börsenvereins von einem modernen Buchhandel mit entsprechendem Auftritt.
- KNV Insolvenz ist eine massive Erschütterung. Auch wenn die Insolvenz von KNV kein Branchenproblem, sondern ein hausgemachtes ist, besteht die Gefahr, dass mittelgroße und kleine Verlage Einbußen hinnehmen müssen, die sie nicht verkraften können.

In folgenden Hinsichten lässt sich den Herausforderungen begegnen und die Lyrik im Buchhandel stärken:

- Der Buchhandel muss als Ort des Austauschs begriffen werden: Die Rolle des Buchhandels hat sich verändert; er ist mehr denn je ein absolut relevanter Kulturakteur. Das muss auch Anerkennung finden über die öffentliche Hand.
- Lyrikveranstaltungen haben eine höhere ökonomische Hürde. Denn (Lyrik-)Bücher verkaufen sich dann besonders, wenn die Autor*innen anwesenden sind. Die Veranstaltung gestaltet sich attraktiver, wenn mehrere Lyriker*innen lesen. Dementsprechend sind Lyrikveranstaltungen schwieriger zu tragen; dafür sollte es von der öffentlichen Hand eine feste Finanzierung geben, die (nur und ausschließlich) an Lyriklesungen geht.

- Ein Netzwerk für alle Lyrikschaffenden, -verlegenden und -vertreibenden über EINE digitale Plattform, wie es sie bspw. schon für Illustrator*innen gibt: Dort werden Verlage, Lyrikbände, Autor*Innen, Buchhandlungen und Übersetzer*innen sichtbar. Sie können sich dort vorstellen und präsentieren („Dating“-Plattform); Buchhandlungen würden beispielsweise Fotos ihrer Schaufenster oder Videos ihrer Veranstaltungen online stellen und gelungene Präsentations- und Veranstaltungsformen zur kollegialen Nachahmung empfehlen.
- Kommissionsmodell: KNV bietet Abokisten an (Warengruppenabo), die den Buchhändlern angeboten werden. Wie wäre es mit einer Lyrikkiste? Die Zusammenstellung der Lyriktitel sollte von einer prominenten Instanz kuratiert werden; flankierend dazu könnten Lesungen angeboten werden (Veranstaltungspaket mit Infos über Preis, Moderation usf.)
- Literaturkritik. Dort findet Lyrik zu wenig statt. Nur wenn Lyrik überregional besprochen wird - und zwar als selbstverständlicher Beitrag der vorgestellten Literatur - kann sich Lyrik mit DER Präsenz im Buchhandel durchsetzen, die sich Autor*innen, Verlage und Buchhandel wünschen. Und das nützt der gesamten Branche.
- Mehr Literaturpreise (staatlich finanziert), bspw. ein Lyrikpreis, der von den Buchhandlungen getragen wird (ähnlich wie der Preis der Literaturhäuser); die Lyriker*innen geht dann auf Tour durch alle beteiligten Buchhandlungen.
- „Lyrikbotschafter“ (staatlich finanziert): Lyriker tourt ein Jahr lang durch Buchhandlungen, Schulen, Lesekreise...
- Die Botschaft hinter den Aktionen des Börsenvereins muss präziser und die Aktionen professioneller durchgeführt sein. Marketing und grafischer Auftritt! Der gestalterische Auftritt ist ein Armutszeugnis für eine Branche, in der Grafik und Typografie zuhause ist.
- Kuratorischer Anteil des Buchhandels: Die Aufgaben von Buchhandlungen sind eine Auswahl zu treffen und eine transparente Qualitätskontrolle; denn damit wird begründbar, warum der Buchhandel gefördert werden sollte. Buchhändler*innen müssen besser über Lyrik informiert sein; Kolleg*innen sich mehr über Lyrik austauschen. Kollegiale Ermunterung!
- Verlage (besonders die etablierten) sollten sich mehr engagieren, Buchhandlungen bei Veranstaltungen zu unterstützen: Material, Dateien und Informationen zur Verfügung zu stellen. Für Stadt- und Land-Buchhandlungen bedarf es unterschiedliche Konzepte und Informationsstrategien.
- Verankerung in der Ausbildung: Lesen/Verständnis von Lyrik sollte auch in der Buchhändler-Ausbildung eine große, statt keine Rolle spielen; Landesschulklassen dürfen nicht schließen! Das übt zu viel Druck auf Buchhändler*innen aus, wenn die Azubis ständig abwesend sind.
- Vom *Indiebookday* lernen: Mehr Aktionstage (im Herbst)! Zum Beispiel „Was ist dein Gedicht des Jahres?“, „Was ist dein Gedichtband des Jahres?“, „Was schenkst du dieses Jahr?“, „Ich lese dir ein Gedicht vor“ usf. Solche Aktionstage könnten angedockt werden an den Vorlesetag und an den Hieronymustag (internationaler Übersetzertag)

Oliver Fründt, Tim Holland, Ludwig Lohmann, Regina Moths, Robert Renk

Das Papier ist hervorgegangen aus einem Roundtable im Rahmen des Festivalkongresses „Fokus Lyrik“, der vom 7. bis 10. 3. 2019 in Frankfurt am Main stattfand. Moderiert wurde der Roundtable von Regina Moths.