

## Frankfurter Positionen zur Lage und Zukunft der Lyrik Zeitschriften

Zeitschriften leben von der Vielfalt literarischer Formen und so wird der Lyrik in den allermeisten Publikationen durchaus Platz eingeräumt – dem Gefühl nach sind Gedichte nach der erzählenden Prosa die am stärksten vertretene Textgattung, noch vor Essay, Drama u.a. Die Szene der literarischen Zeitschriften im deutschsprachigen Raum ist ungemein vielgestaltig und ausdifferenziert – immer wieder entstehen neue Publikationsprojekte mit ganz eigenem Ansatz (z.B. *Glitter* als erstes dezidiert queeres Litmag, *PS* für politische Literatur). Auf der Seite der Produktion (Redaktion, Design, Online-Marketing, Vertrieb) arbeiten die Projekte auf einem Level hoher Professionalität, wenngleich wenig arbeitsteilig: Zeitschriftenmacher\*innen sind in der Regel engagierte Generalist\*innen, die von Redaktion bis Vertrieb alles selbst erledigen. Der Aufstieg von Social Media hat den Zeitschriften über ihren lokalen Aktionsraum hinaus zu deutlich mehr Sichtbarkeit verholfen. Allerdings kann keine unabhängige Zeitschrift ihren Macher\*innen ein Einkommen erwirtschaften oder Autor\*innen und Künstler\*innen angemessen bezahlen – das verdiente Geld dient ausschließlich der Refinanzierung kommender Ausgaben. Zeitschriften entstehen zumeist in persönlichen und von Idealismus geprägten Netzwerken. Die Szene ist dennoch weniger von Konkurrenz als von Kooperation geprägt – sei es im Rahmen von gemeinsamen Lesungen, Messeauftritten oder Vernetzungstreffen (z.B. klein&laut im Mai 2019). Internationale Positionen in Übersetzung sind in Literaturzeitschriften selbstverständlich vertreten – dies auch dank öffentlich geförderter Übersetzungsprojekte.

Print-, Online und Rundfunkmedien, Verlage, Kulturinstitutionen sowie Schul- und Universitätsbibliotheken sollten Literaturzeitschriften abonnieren und sie als Medium, in dem sich neue Schreibweisen formieren und ausdifferenzieren, ernst nehmen. Der wichtigste und natürliche Kooperationspartner der Zeitschriften bleibt aber der Buchhandel, der seinerseits unter Druck steht, Verkaufsflächen effizient zu nutzen. Literaturzeitschriften benötigen in erster Linie Käufer\*innen und Leser\*innen. Vernetzungsinitiativen, gemeinsam koordinierte Marketingaktionen oder ein gemeinsames Vertriebsmodell (z.B. ein Online-Shop für literarische Zeitschriften) können dem Medium selbst und auch einzelnen Zeitschriften zu mehr Sichtbarkeit verhelfen. Kooperationsprojekte mit lokalen oder auch überregionalen Kulturinstitutionen wie Museen, Theatern und Bibliotheken sollten angestrebt werden. Auch um den Kreis der Leser\*innen über die literarische Szene hinaus zu erweitern.

Literarische Zeitschriften sind Non-Profit-Publishing – das waren sie immer und das werden sie bleiben. Der Gesetzgeber muss auf diese Tatsache reagieren, indem er entsprechende Rahmenbedingungen herstellt. Ein Beispiel: Viele Zeitschriften sind notdürftig als gemeinnützige Vereine organisiert und operieren – als Hersteller einer Verkaufsware – in einer Grauzone. Eine offizielle Anerkennung von Non-Profit-Publishing mit Anspruch auf Gemeinnützigkeit und entsprechender steuerlicher Behandlung wäre wünschenswert.

Für Zeitschriften stehen oftmals nur jährliche Projektmittel oder Mittel für Einzelausgaben zu Verfügung, obwohl sie als Langzeitprojekte angelegt sind. Hinzu kommt, dass die Fördermöglichkeiten zumeist auf die Finanzierung von Druckkosten beschränkt sind – der Aufbau von nachhaltigen Arbeitsstrukturen ist kaum förderfähig. Dies schließt auch die Entwicklung digitaler Infrastrukturen (Website, Webshops, Online-Marketing) ein. Dies hat zur Folge, dass bisher wenige unabhängige Projekte existieren, die literarische Primärtexte in den digitalen Raum bringen. Kosten für die Entwicklung digitaler Plattformen sollten wie Druckkosten förderfähig sein. Auch ein Förderinstrument für Publikationsvorhaben von Autor\*innen in Literaturzeitschriften oder rein redaktionelle Vorhaben (wie Dossiers zu literarischen Themen) wäre denkbar und wünschenswert.

Die Zeitschriftenmacher\*innen sprechen sich zudem für eine zentrale Übersicht all der Förderinstrumente aus, die für sie in Frage kommen, sowie für eine fachkundige Beratung und eine aktive Weitervermittlung durch zentrale Institutionen wie den Literaturfonds.

Auf folgende Initiativen und Projekte lässt sich aufbauen:

- Zeitschriftenverzeichnis und -umschau auf [literaturport.de](http://literaturport.de)
- Vernetzungsprojekte wie *klein&laut* oder *Junge Magazine*
- Punktuelle Kooperationen für gemeinsame Messestände
- Selbstorganisierte Bücher- und Zeitschriftenmärkte mit Diskurs- und Lesungsprogramm, spezialisierte Off-Messen wie Miss Read oder Friends with Books (beide Berlin)
- Magazin Festivals wie Indiecon (Hamburg)
- Das europäische Zeitschriftennetzwerk Eurozine, das herausragende Beiträge aus den beteiligten Magazinen online und in Übersetzung präsentiert

*Michael Braun, Holm-Uwe Burgemann, Bo Franke, Olivia Golde, Björn Jäger, Josef Kirchner, Ralf B. Korte, Karl Clemens Kübler, Jonas Linnebank, Lennart Lofink, Moritz Malsch, Pega Mund, Sabine Scho, Christel Steigenberger, Saskia Warzecha, Mathias Zeiske, korrespondierend: Annika Reich, Clara Sondermann, Andrea Zederbauer*

*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 Mathias Zeiske.*