

Der Begriff Bibliodiversität, den Susan Hawthorne in ihrem Buch erklärt, bezeichnet die kulturelle Vielfalt innerhalb des Verlagswesens – und begründet, warum es unabhängige Buchhandlungen und Verlage braucht. Ihr Begriff ist inspiriert vom strukturell verwandten Begriff der Biodiversität. Wie diese unverzichtbar für das gesunde Funktionieren eines Ökosystems ist, ist die Bibliodiversität ein Indikator für ein funktionierendes Buchwesen. Verlage und Buchhandlungen sind hierbei vergleichbar mit den Bewohnerinnen und Bewohnern eines Ökosystems.

Hawthorne kritisiert, dass Großverlage und Großbuchhandlungen ihren Fokus allein auf hohe Auflagen und Verkaufszahlen legen, weshalb die Bibliodiversität aus dem Gleichgewicht gerate. Gerade Bücher von und über Minderheiten sowie Werke aus kleineren Sprachgemeinschaften oder anspruchsvolle literarische Texte finden so keine Verbreitung mehr. Das aber führt letztlich dazu, dass die kulturelle Vielfalt schwindet. Bibliodiversität bietet dagegen eine stolze Selbstdefinition für unabhängige Buchhandlungen und Verlage. Denn diese sind es, die die kulturelle Vielfalt abbilden – und somit erhalten.

Susan Hawthorne ist Dichterin, Autorin mehrerer preisgekrönter Bücher und Herausgeberin diverser Anthologien. Sie unterrichtet Schreiben an der James Cook University, Townsville. Mit Renate Klein betreibt sie seit 1991 den feministischen Verlag Spinifex Press in Melbourne. Bis 2014 war sie Sprecherin der englischsprachigen Sektion in der International Alliance of Independent Publishers, Paris. Ihr Buch »Bibliodiversität« ist in mehrere Sprachen übersetzt worden. Auf Deutsch erschien von ihr 1994 der Band »807 Fragen und Frauen« und im gleichen Jahr »Australien der Frauen«, herausgegeben gemeinsam mit Renate Klein.

Susan Hawthorne

BIBLIO- DIVERSITÄT

**Manifest für
unabhängiges
Publizieren**

Aus dem australischen Englisch
und mit einem Nachwort
von Doris Hermanns

VERBRECHER VERLAG

Erste Auflage
Verbrecher Verlag Berlin 2017
www.verbrecherei.de

© Verbrecher Verlag 2017
Satz: Christian Walter
Druck: Dressler, Berlin
ISBN: 978-3-95732-238-8
Printed in Germany

Der Verlag dankt Insa Hansen-Goos und Sara Trapp.

Vorwort	9
1. Biodiversität	15
2. Einheitsgröße: One Size Fits All	29
3. Die Erde	37
4. Multiversität	41
5. Produktion	47
6. Feminismus	53
7. Pornografie	57
8. Freier Handel und freie Meinungsäußerung	61
9. Fairer Handel und faire Meinungsäußerung	65
10. Rekolonisation	75
11. Digitale Biodiversität	83
12. Organisches Publizieren	89
13. Leitlinien der Biodiversität: Strukturen und Prozesse	95
14. Biodiversität für das 21. Jahrhundert	99
Danksagungen	103
Von Wagnissen und Veränderungen	107
Ein Nachwort von Doris Hermanns	
Bibliografie	119

Ich werde weiterhin Wagnisse eingehen, mich verändern, meinen Geist & meine Augen offenhalten, mich weigern, abgestempelt & stereotypisiert zu werden. Worum es geht, ist, das Selbst zu befreien, es seine Dimension finden, es nicht einschränken zu lassen.

Virginia Woolf: Tagebücher 4

Vorwort

Das globale Verlegen ist der neueste Trend in einer Reihe von Fusionen und Übernahmen in der Buchbranche, die während des letzten Jahrhunderts stattgefunden haben. Als die Kirche im 15. Jahrhundert den Buchdruck für eigene Zwecke schnell professionell zu nutzen wusste, wurden viele Bücher und Pamphlete von AutorInnen und DenkerInnen zuhause geschaffen und kursierten im kleinen Kreis. Für Frauen und Angehörige von kolonialisierten und versklavten Völkern war es immer schon schwierig, ihre Ideen drucken zu lassen, trotzdem haben Minderheitengruppen Wege gefunden, ihr Wort in die Öffentlichkeit zu tragen.

Während des 20. Jahrhunderts hat sich das Buch über die ganze Welt verbreitet, vor allem über die Taschenbuch-Ausgaben mit ihrem billigen Papier und flexiblen Einband. Allen Lane, der Gründer von Penguin, machte sie in den 1930er Jahren zugänglich. Er verlangte nur ein paar Pence dafür. Ich erinnere mich an die Reihen von orangefarbenen Penguins, blauen Pelicans und grünen Krimis in unserem Buchladen im ländlichen Australien. Die schwarzen Klassiker hatten es noch nicht bis dorthin geschafft, den Puffins für Kinder war ich damals bereits entwachsen, aber die anderen populären Farben füllten die Regale.

Im 21. Jahrhundert wird uns versprochen, dass das »Digitale« uns retten wird, dass E-Books zu Schleuderpreisen der richtige Weg sind, dass wir mit nur einem Mausklick unsere eigenen Texte veröffentlichen können. Aber stimmt das wirklich? Befinden wir uns

im ersten Zeitalter des Massen-Self-Publishing? Brauchen wir noch LektorInnen? Und welche Rolle können unabhängige Verlage in einer durch den Markt gesteuerten globalen Wirtschaft spielen?

Unter dem Deckmantel der stark kapitalisierten Verlagskonzerne, deren Namen jede/r LeserIn kennt, verspricht uns die Marktökonomie Massen von günstigen Büchern. Der Prozess der Verlagskonzentrationen ist ähnlich verlaufen wie in anderen Industriezweigen. Es wird versucht, immer mehr Kontrolle über Menschen zu erlangen, deren Bedürfnisse sie mit eigenen Produkten zu erfüllen versprechen. Während die »Pharma-Großindustrie« in landwirtschaftliche Anbaumethoden eingreift, lenkt uns die »Buch-Großindustrie« mit stets neuen Sortiment, Great Deals und Büchern, die fast nichts mehr kosten, ab. Aber ähnlich wie von der Milchbäuerin, die ihre Milch unter dem Kostpreis an den Supermarkt verkaufen muss, so wird auch von Verlagen erwartet, dass sie jetzt Bücher, an denen sie Jahre lang gearbeitet haben, die sie gründlich lektoriert und für deren Gestaltung, Haptik und Qualität sie viel Sorge getragen haben, für ein paar Dollar verkaufen.

Unabhängige Verlage (die Definition folgt später) produzieren neue Titel nicht am Fließband. Wahrscheinlich sind die meisten Leute dabei unterbezahlt und unterversorgt, schaffen es aber dennoch, neue und gute Bücher zu produzieren.

Globale Verlagskonzerne fördern nicht das Skurrile, das Originelle, das Risikofolle, das Innovative – gerade diese werden aber die wichtigen Bücher für die nächste Generation, da sie etwas Neues und Relevantes zu sagen haben. Bei Verlagskonzernen geht es nur um Zahlen und um Nachahmung. Darum folgen sie einer Formel, die auf dem letzten Megaerfolg aufbaut, seien es Geschichten, die den Büchern von J. K. Rowling ähneln, eine neue erotische Version von »Seventy Shades« oder eine Twilight-Zone-Kopie

mit Zombie-Charakteren, die sich wie Holzsoldaten in roten Mänteln bewegen. Großverlage und Großbuchhandlungen werden alles aussortieren, was ihnen als »anders« erscheint, es glatt bügeln und daraus ein One-Size-fits-All-Produkt machen. Eine Buch-Linie wie eine Dessous-Linie. Wie André Schiffrin, der Gründer des amerikanischen unabhängigen Verlages New Press, über den freien Markt der Ideen sagt, er kümmere sich nicht um den Marktwert einer Idee, da »... alle möglichen Ideen die Chance bekommen sollten, öffentlich gemacht, ausgedrückt und vollständig erörtert zu werden« (Schiffrin, 2001, zitiert nach Wills, 2001). In Verlagskonzernen wird dagegen erwartet, dass jedes Buch sich selbst finanziert, sowie auch alle externen Kosten des Verlegens wie Büros und Gehälter der Angestellten und GeschäftsführerInnen. Dies führt dazu, dass Bücher, die sich langsamer verkaufen, aber ein langes Leben haben, Bücher, die soziale Normen verändern können, weniger Chancen haben, veröffentlicht zu werden.

Unabhängige Verlage suchen einen anderen Weg, einen Weg mit gesellschaftlichem Engagement und mit Herangehensweisen, die ihre Verortung oder die Nische, die sie versorgen, reflektieren. Unabhängige und kleine Verlage sind wie seltene Pflanzen, die zwischen den größeren auftauchen und etwas anderes hinzutun: Sie nähren den Boden und bringen Farbe oder Gerüche in die Welt.

Die *International Alliance of Independent Publishers* definiert einen »unabhängigen Verlag« als einen Verlag, der keine Fördermittel oder sonstige Unterstützung von Institutionen wie politischen Parteien, religiösen Organisationen oder Universitäten erhält, also keine finanziellen Mittel oder Sachleistungen, welche ihre verlegerischen Entscheidungen beeinflussen könnten. Diese Definition verhindert nicht, dass Verlage Zuschüsse bekommen, das Verlagsprogramm darf jedoch nicht von der fördernden Instanz

bestimmt werden. Ein anderer Punkt der Definition der Alliance beinhaltet das Verbot der aktiven Führung eines Verlages von denjenigen, die die Finanzen zur Verfügung stellen (d. h. ein unabhängiger Verlag kann kein kurzfristiges Profitprojekt einer Bank oder eines Unternehmens sein). Des Weiteren sollten die Neuerscheinungen und die Backlist ein aufeinander abgestimmtes Programm sein. Unabhängige Verlage müssen sich die Frage stellen, wie sie Bibliodiversität im öffentlichen Diskurs, bei der Zusammenarbeit mit unabhängigen Buchhandlungen, öffentlichen Bibliotheken, regionalen Organisationen sowie in internationalen Partnerschaften mit anderen unabhängigen Verlagen, durch Koeditionen und Übersetzungen fördern können. Das Verlegen von Werken in Originalsprache ist ebenso ein wichtiger Faktor; im Gegensatz dazu steht der Ankauf von Lizenzen einer Massenmarktbücherware.¹

Bei den unabhängigen Verlagen handelt es sich keineswegs um Hybride, sondern um den Ursprung der kulturellen Vielfalt. Mit ihrer Bibliodiversität treten sie den gewaltigen Konzernverlagen und dem Großbuchhandel entgegen. Dieses Manifest ist eine Gratwanderung zwischen langfristigem Optimismus und kurzfristigem Pessimismus. Es gibt viele Herausforderungen für unabhängige Verlage, die auf dem globalen Marktplatz agieren. Das digitale Publizieren eröffnete neue Möglichkeiten, während es gleichzeitig eine Bedrohung in Form einer Rekolonisierung von Ideen und geistigem Eigentum in sich birgt. AutorInnen, VerlegerInnen, BuchhändlerInnen, BibliothekarInnen, LeserInnen und RezensentInnen agieren in einem veränderten Umfeld. Das Verlegen ist eine

1 Die obenstehende Definition leitet sich aus Diskussionen bei Treffen der *International Alliance of Independent Publishers* ab, vor allem mit dem Koordinator für Spanischsprachige, Juan Carlos Sáez, und der Direktorin Laurence Hugues. Siehe auch Colleu (2006), S. 94–97.

soziale, kulturelle und transformierende Tätigkeit, aber es ist auch eine, die von denjenigen, die nicht auf der Seite von sozialer Gerechtigkeit und fairer Sprache stehen, besetzt werden kann.

Ein/e unabhängige/r VerlegerIn zu sein, braucht Kraft, Ideen und Mut, sich gegen Konzerne durchzusetzen, und das mit Originalität, Leidenschaft und großem Arbeitseinsatz.