© Frankfurter Buchmesse/Marc Jacquemin

© Frankfurter Buchmesse/Marc Jacquemin

Daten, Taten, raten und beraten. Und endlich wieder feiern!

© Frankfurter Buchmesse/Zino Peterek

© Vera Münch

© Vera Münch

© Vera Münch

© Vera Münch

Bericht über die 74. Frankfurter Buchmesse unter dem Motto: Translate (words), Transfer (ideas), Transform (minds), Frankfurt, 19.–23.Oktober 2022

Vera Münch und Helga Bergmann

Krieg, Pandemiekrise, Open Access, Open Science, digitale Transformation, Zulieferkrise, Buchhandelskrise, Inflation, Energiekrise, Personalmangel und jetzt auch noch die Papierkrise: Die Verlagsbranche ist gebeutelt wie selten zuvor in der Geschichte der Literatur und Wissensaufbereitung. „Krisen sind auch Chancen, etwas kreativ zu entwickeln“, so die italienische Buchhändlerin Maddalena Fossombroni beim Publishing Perspectives Forum[1] auf der Buchmesse, während Karin Schmidt-Friderichs, Vorsteherin des Börsenvereins des Deutschen Buchhandels (BoeV), nicht müde wurde, auf die existenzgefährdende Situation für die Buchläden in Deutschland aufmerksam zu machen und Unterstützung einzufordern. „Der Branche steht ein frostiger Herbst und Winter bevor.“[2]

Von Krisenstimmung war in der Halle 4.2 nichts zu spüren. Geschäftige Arbeitsatmosphäre und große Wiedersehensfreude prägten bei den Wissenschaftsverlagen und Branchendienstleistern das Bild. Tagsüber liefen intensive Lizenzverhandlungen und Fachgespräche. Am Abend wurde bei Standpartys gefeiert wie in alten Zeiten. „Article based economy“ – der Publikationsmarkt, in dem nicht mehr Journals, sondern singuläre Aufsätze oder gar Publikationsfragmente die Träger wissenschaftlicher Informationsweitergabe sind – fiel als drängendes Thema ins Auge. Die Branche sucht fieberhaft nach einer Lösung zur Bewältigung des administrativen Aufwands, der aus dem Durcheinander der verschiedenen Open-Access-Finanzierungsmodelle und der traditionellen Subskription entstanden ist. Übrigens wird hochwertigen Dokumentationsdaten jetzt hierfür eine wichtige Rolle zugeschrieben. Darüber hinaus war der unaufhörlich fortschreitende Konzentrationsprozess unübersehbar. ProQuest gehört jetzt zu Clarivate, CCC hat Ringgold erworben und Wiley in einer siebenjährigen Einkaufstour strategisch Firmen aufgekauft, deren Expertise, Plattformen und Automatisierungslösungen der Verlag jetzt als neues Geschäftsfeld Partner Solutions anbietet. Dazu gehören u.a. Atypon, eJournal Press und Knowledge Unlatched mit oable.

1 https://publishingperspectives.com/pp-forum/

2 https://www.boersenverein.de/presse/pressemitteilungen/detailseite/auftakt-der-frankfurter-buchmesse-starker-kostendruck-gefaehrdet-gesellschaftlichen-auftrag-der-buchbranche/

„Die ersten beiden Messetage waren phänomenal. Man hat das Gefühl, es ist Frühling und alle Leute drängen raus. Es ist so voll wie in den letzten 28 Jahren nicht mehr“, fasste Norbert Weitkämper am Freitagmittag zusammen. Er hätte natürlich im Vorfeld Kundentermine vereinbart, so der Geschäftsführer der Weitkämper Technology GmbH weiter, „aber diesmal sind auch ganz viele Interessenten ad hoc vorbeigekommen. Das ist bei den ersten Tagen der Buchmesse bisher noch nie so gelungen.“ Weitkämper ist mit seinem 1994 gegründeten Unternehmen Pionier digitaler Informationsmanagementlösungen zu E-Publishing und Intelligente Suche. Mit der PubEngine eLibrary Plattform bietet das Unternehmen Wissenschafts-, Fachbuch- und Sachbuchverlagen eine Lösung zur digitalen Bereitstellung von Buch- und Zeitschrifteninhalten, die „im Hintergrund“, so Weitkämper, „alle Funktionen bereithält, die für das professionelle Lizenzgeschäft mit Bibliotheken, Institutionen und Firmen gebraucht werden.“ Die Anwendungsoberfläche kann kundenspezifisch im Markenbild des Verlages gestaltet (‚gebranded‘) werden. Die Enterprise Hosting Architektur sorgt laut Anbieter, „für Sicherheit und Skalierbarkeit“. Alle Komponenten seien redundant ausgelegt und über eine Firewall nach außen abgeriegelt. Weitkämper erzählte, das Interesse an der Lösung sei sehr groß. Etliche Installationen laufen bereits im Tagesbetrieb, z.B. als „Biblioscout“ beim Deutschen Apotheker Verlag oder bei Klett-Cotta[3], wo auf der Startseite der Umgang mit der eLibrary in zwei kurzen Videos anschaulich erklärt wird.

Wiley’s Wegbegleitung in die artikelbasierte Open-Science-Welt

Mit einer Standparty mit Blasmusik und Bayrischer Brotzeit feierte Wiley am Mittwoch die Markteinführung der Wiley Partner Solutions, des kreativsten Ansatzes, den die diesjährige Buchmesse zum wissenschaftlichen Publikationswesen zu bieten hatte. Die präsentierte Innovation ist eine neue Abteilung innerhalb des Geschäftsbereichs „Wiley Research“, in dem der Verlag seine Kompetenzen, Technologien und Innovationsressourcen zum Übergang in die artikelbasierte Open-Access-Ökonomie gebündelt hat. Wiley will damit „Verbände, Bibliotheken, Wissenschaftsverlage, wissenschaftliche Gesellschaften und Unternehmen bei der Umgestaltung ihrer Geschäftsstrategien und Publikationsprozesse im Zeitalter der Open-Access-Forschung“ unterstützen, erklärte Wiley Senior Vice President Dr. Guido F. Herrmann im Interview mit b.i.t.online (siehe Seite 521 in diesem Heft). „Ich glaube, dass wir – Bibliotheken, Universitäten, Verlage – eine gemeinsame Verantwortung haben, gemeinsam die Infrastruktur zu schaffen, die den Anforderungen der Forschungsförderer an den zukünftigen offenen Wissenschaftspublikationsmarkt gerecht wird“, so Herrmann. Das Partner Solutions Team wird unter seiner Leitung von Deutschland aus weltweit tätig sein.

Geschäftsführer Norbert Weitkämper (r.) und Softwareentwickler Mathias Schwaller freuten sich über außergewöhnlich großes Interesse an den Fachbesuchstagen.

Clarivate kauft ProQuest und bringt Impact Factors ins Web of Science

Nicht nur Wiley war auf Einkaufstour. Auch andere kaufen munter auf und treiben den Konzentrationsprozess im wissenschaftlichen Verlagswesen weiter, um sich ihren Platz auf dem Publikationsmarkt der Zukunft zu sichern – dem Markt, der sich aus den technischen Möglichkeiten der digitalen Informationsverbreitung in Verbindung mit der Open-Access-Bewegung herausbildet und in Frankfurt als „article based economy“ – artikelbasierte Publikationswirtschaft – bezeichnet und diskutiert wurde.

3 https://elibrary.klett-cotta.de/

ProQuest, seit Jahren eingeführter Anbieter von Software, Daten und Analysen für forschende Organisationen gehört seit Ende letzten Jahres zum amerikanisch-britischen Unternehmen Clarivate. 2008 aus Thomson Scientific, der ehemaligen Intellectual Property and Science Abteilung von Thomson Reuters entstanden, hat sich Clarivate durch zahlreiche Akquisitionen und jetzt die Übernahme von ProQuest zum „weltweit führender Anbieter von vertrauenswürdigen Informationen und Erkenntnissen zur Beschleunigung des Innovationstempos“ entwickelt. So steht es im Unternehmensportrait. Julie Carroll-Davis,

Clarivate Senior Vice President Strategic Business Development – Publishers, rollte in ihrem Vortrag „Clarivate and ProQuest, working with Publishers to advance Research“ eine Firmengeschichte auf „mit reichem Erbe, tiefem Fachwissen und Fokus auf die Unterstützung forschungsorientierter Organisationen auf der ganzen Welt“, die dank der Thomson-Abstammung 1910 begann und jetzt mit ProQuest auch noch einmal bis 1938 zurückgeht, dem Jahr, in dem Eugene Power University Microfilms gründete, um Dokumente des British Museum, London auf Mikrofilm zu übertragen. Carroll-Davis ging auf die Absichten hinter der ProQuest-Akquisition ein. Sie erklärte, die in weiten Teilen ähnlichen Angebote beider Unternehmen würden sich hervorragend ergänzen und man wolle die Produkte von ProQuest in das Web of Science integrieren. Die Managerin betonte aber ausdrücklich, dass „Produkte, wie sie im Markt sind, weiterhin bestehen bleiben“. Eine Aufzeichnung ihres halbstündigen Vortrages ist auf der Webseite der Buchmesse bereitgestellt[4]. Dr. Nandita Quaderi, Chefredakteurin und Vice President des Web of Science bei Clarivate, erläuterte im Anschluss „Bevorstehende Änderungen bei den Journal Citation Reports“. Sie kündigte an, dass ab 2023 alle Zeitschriften der Web of Science Core Collection, einschließlich der Kunst- und Geisteswissenschaften, einen Journal Impact Factor (JIF) haben werden, einschließlich der Open-Access-Zeitschriften, die dort aufgenommen sind. Auch zu diesem, sehr detailreichen Vortrag ist die Aufzeichnung verfügbar[5].

Die Fragmentierung des Publikationswesens bereitet Kopfzerbrechen

Um die „article based economy“ ging es auf zwei der vielen Bühnen der Buchmesse, aber wie sich dieser artikelbasierte Publikationsmarkt genau ausprägen wird, weiß noch niemand so richtig. Das wurde bei der Podiumsdiskussion „How the article based economy is transforming research publishing“ am Mittwochnachmittag im Publishing Perspectives Forum ebenso deutlich wie am Donnerstag im Frankfurt Studio bei der „Executive Q&A-Session“ mit dem Titel „Wandel und Innovation für den Erfolg in der artikelbasierten Wirtschaft“. Bei der Podiumsdiskussion tauschten sich fünf Akteure aus der Wissenschaftspublikation dazu aus: Dr. Olaf Ernst, Chief Solutions Officer bei oable, Dr. Irina Sens, Leitung Bibliotheksbetrieb sowie Bestandsentwicklung und Metadaten bei TIB Leibniz-Informationszentrum Technik und Naturwissenschaften/Universitätsbibliothek, Hannover, Tobias Kuhn, Assistenzprofessor Freie Universität Amsterdam und Jungunternehmer, Liz Ferguson, Senior Vice President Research Publishing bei Wiley und Philipp Hess, Head of Publisher Relations bei ResearchGate. Dr. Sven Fund, Knowledge Unlatched, moderierte. Die zweite Veranstaltung war ein Podiumsgespräch zwischen Wiley Vice President Herrmann und Dr. Rafael Ball, Direktor der ETH-Bibliothek, Zürich, am Donnerstagmittag[6]. Die Quintessenz aus beiden Diskussionen: Das wissenschaftliche Publizieren wird immer granularer. „Artikel-based“ fragmentiert das Publikationswesen. Das bedeutet für alle, die mit der Verarbeitung und Verbreitung zu tun haben, immens steigenden Verwaltungsaufwand bei noch vielen ungelösten Problemen. Ball sagte im Gespräch mit Herrmann, es sei unbestritten, dass sich „Verlage und Bibliotheken neu positionieren müssen“, hob aber ausdrücklich hervor, dass neben der Frage, wie die Wissenschaft kommunizieren wolle, auch die Frage, wie die Wissenschaft kommunizieren solle oder gar müsse vor dem Hintergrund der Veränderungen im akademischen Publikationswesen, zunehmend an Bedeutung gewinne.

4 https://www.buchmesse.de/timetable/session/clarivate-und-proquest-zusammenarbeit-mit-verlagen-zur-foerderung-der-forschung
5 https://www.buchmesse.de/timetable/session/bevorstehende-aenderungen-den-journal-citation-reports-2023
6 https://www.buchmesse.de/themen-programm/fachprogramm/frankfurt-studio

Guido F. Herrmann, Wiley, im Gespräch mit Rafael Ball, ETH-Bibliothek

Forschungskommunikation zwischen Wunsch und Wirklichkeit

Die von Ball angesprochenen Fragen waren auch am Vortag bei der Podiumsdiskussion zur Sprache gekommen. Dabei hatte sich eine enorme Spannweite zwischen den Wünschen und Vorstellungen des jungen Forschers Tobias Kuhn sowie des ResearchGate Mitarbeiters Phillip Hess und den Erfahrungen der altgedienten Akteure aus Bibliotheken und Verlagen aufgetan. Kuhn glaubt, dass die wirklich große Veränderung im wissenschaftlichen Publikationswesen erst

Diskutierten darüber, wie die artikelbasierte Ökonomie die Forschung verändert (v.l.n.r.) Olaf Ernst, oable, Irina Sens, TIB, Tobias Kuhn, Freie Universität Amsterdam, Liz Ferguson, Wiley und Philipp Hess, ResearchGate. Sven Fund, Knowledge Unlatched, moderierte.

noch kommt, „weil Forschungsdatensätze und Software eine immer größere Rolle spielen“ und es zudem in der Menge der Publikationen zunehmend wichtiger werde, „aggregierte, in den richtigen Kontext eingebettete Information zu bekommen“. Er folgerte daraus: „Die Struktur wissenschaftlicher Publikationen muss sich so verändern, dass die Publikationen maschinenlesbar werden.“ Der Assistenzprofessor und Jungunternehmer stellt sich vor, dass Forschende in Zukunft nicht mehr primär Texte schreiben, sondern ihre Erkenntnisse in eine Art Formular eintragen, welches sie beim Eintragen aktiv unterstützt, etwa, durch die Bereitstellung von Formeln, wenn ein Forscher eine Verbindung zwischen einem Gen und einer Krankheit untersucht hat und seine Erkenntnisse weitergeben will. Phillip Hess möchte alle Versionen einer wissenschaftlichen Veröffentlichung für alle zugänglich machen, also sämtliche Aufzeichnungen vom Preprint über Peer Review und Diskurs bis zur finalen Publikation.

Irina Sens und Liz Ferguson holten Kuhns Höhenflug auf den Boden der Tatsachen des Wissenschaftsbetriebes zurück. Sens erinnerte daran, dass außerhalb von Europa Open Access zwar als Terminus bekannt ist, aber noch immer in den Kinderschuhen stecke, und auch hierzulande in der Wissenschaft noch lange nicht durchgängig akzeptiert sei. „Wenn Sie mit Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern sprechen und sie bitten, Open Access zu veröffentlichen und Preprint-Server zu benutzen, erklären manche sie immer noch für verrückt. Die Wissenschaftler wollen in Zeitschriften von Verlagen publizieren, sagen, wir brauchen Impact Factor, Reputationsgewinn.“ Sens betonte jedoch, dass sich das System gerade stark verändere. Liz Ferguson bestätigte Sens: „Wir sind inmitten der Transition zum offenen Zugang zu Information“ und weiter, für die Transition sei eine gravierende Verhaltensänderung der Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler im Bezug auf das Publizieren notwendig. Ferguson glaubt aber „die Forscher werden nicht in Massen den Verhaltenssprung von Zeitschriften und Produkten, die sie seit Jahrzehnten kennen und denen sie vertrauen, zu neuen Publikationsmodellen und -orten machen, um sich in ein Open-Access-Umfeld zu begeben. Sie wollen das Beste des Neuen kombiniert mit dem Alten.“ Olaf Ernst arbeitet daran. „Auf der einen Seite subskribierte Journale, auf der anderen Open-Access-Artikel zu verwalten, ist eine komplexe Aufgabe. Aber eine Lösung sind natürlich Standards und Metadaten“, so der Chief Solution Officer von oable. Es gäbe noch viele weitere Faktoren, die dazu beitragen könnten, die Situation zu verbessern, und es gäbe bereits Initiativen, um das zu erreichen.

Der richtige Weg oder der administrative Overkill?

Ja, wir sind nach wie vor auf der Frankfurter Buchmesse 2022 und nicht auf einer Open-Access-Konferenz. Gerade deshalb darf die wichtigste vom Direktor der ETH-Bibliothek aufgeworfene Frage nicht unerwähnt bleiben. „Ist das tatsächlich der Weg, den wir mit Verlagen und Bibliotheken in Zukunft gehen?“, hatte er

rhetorisch in den Raum gestellt und gleich eine ganze Reihe weiterer Fragen angehängt, auf die Antworten erst noch gefunden werden müssen. „Ist das der richtige Weg in Wissenschaft und Forschung? – Oder ist das eine Art administrativer Overkill?“, formulierte er offensiv, um dann auf das aus der Veränderung entstehende, für die Forschung größte Problem hinzuweisen: „Wollen wir wirklich zu einer artikelbasierten Wirtschaft übergehen, in der die Verantwortung für das Publizieren wieder auf den Autor, die Autorin selbst zurückfällt? Wo sich die Forschenden mit all den Details beschäftigen müssen, die der Verlag braucht, um die Publikation zu verwalten?“, forderte er zur Diskussion auf. Natürlich wolle niemand zurück in die Zeit vor Open Access, so Ball. Aber die große Frage bleibe, „wie wir Open Access so realisieren können, dass es mit dem allgemeinen Lizenzsystem vergleichbar ist, so dass der Autor nicht gezwungen ist, viele administrative Detailentscheidungen zu treffen“. Auch von diesem Gespräch gibt es eine Aufzeichnung auf der Buchmesse-Webseite[7]. Die Lage, in die Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler durch die Verwerfungen des Publikationssystems gebracht werden, wurde im Verlauf der Fachbesuchertage noch in zahlreichen weiteren Gesprächen thematisiert. Das Thema brennt allen auf den Nägeln.

Der Digital-ID-Experte Ringgold gehört jetzt CCC

Mit der Fragmentierung des Publikationswesens wächst die Bedeutung von Ordnungssystemen für eine eindeutige Dokumentation, Zuordnung und Identifikation von Institutionen, Autorinnen und Autoren, Zeitschriften usw. Das amerikanische Copyright Clearance Center, das seit einiger Zeit lieber als CCC firmiert und sich als „Pionier der freiwilligen kollektiven Lizenzierung“ bezeichnet, hat sich hierfür Ringgold gekauft. CCC hat damit nicht nur das Know-how von Ringgold erworben, sondern auch dessen mehr als 600.000 Institutionen umfassende Identifikationsdatenbank. Darin ist jedem institutionellen Eintrag eine eindeutige Ringgold-ID zugewiesen, die mit einer Reihe von Klassifikations-Metadaten einschließlich Konsortialmitgliedschaften und dem International Standard Name Identifier ISNI verknüpft sind. (Mehr zum Thema Datenkuration lesen Sie unter der Überschrift „Die Qualität der Daten ist entscheidend“ in den Messesplittern ab Seite 535).

Schon seit geraumer Zeit 100%ige Tochtergesellschaft von CCC ist RightsDirect, 2010 in Amsterdam zur Klärung von Rechtefragen im Digitalen gegründet. Ixxus, eingeführter britischer Anbieter von Software für Verlags- und Publikationslösungen, gehört seit 2016 zu CCC.

Daten sind das neue Öl, das Kartellrecht stammt aus dem Industriezeitalter

Die Beschreibung dieses Akquisitionsgeschehens ist eine willkürliche Momentaufnahme ohne jeden Anspruch auf Vollständigkeit. Doch sie stimmt nachdenklich. „The world’s most valuable resource is no longer oil, but data“[8] titelte „The Economist“ im Mai 2017 und forderte einen neuen Ansatz für Kartellvorschriften, um die Datenwirtschaft besser unter Kontrolle zu bekommen. Damals – vor der digitalen Ewigkeit von fünf Jahren – ging es um Google, Microsoft, Amazon, Uber, Facebook, Tesla etc. Seitdem geistert „Daten sind das neue Öl“ als verkürzter Spruch durch alle Netze. An den Fachbesuchertagen der Frankfurter Buchmesse 2022 und beim Verfolgen des Fachprogramms auf den Podien wurde man das Gefühl nicht los, dass es in den letzten Jahren auf dem wissenschaftlichen Publikationsmarkt einige unkontrollierte Eruptionen gegeben haben muss und dieser Markt diesbezüglich unbedingt mehr in den Fokus gestellt werden sollte. Der Open-Access-Vorstoß hat sich aus dem Wunsch, dem Versuch entwickelt, Oligopole zu brechen, um Wissenschaft und Gesellschaft das geistige Eigentum ihrer Forschung kostenfrei zugänglich zu machen. Das Datenzeitalter macht Oligopole, ja, sogar Weltmonopole einfacher als je zuvor.

Liebeserklärung an die Bibliotheken dank Vallejo und Steinmeier

Nach diesem Tieftauchgang in die Aufteilung des Wissenschaftspublikationsmarktes und die Verwaltungsdetailfragen zum akademischen Publizieren ist das Auftauchen in die Gesamtatmosphäre der 74. Frankfurter Buchmesse etwas schwierig. Also am besten noch einmal ganz vorne anfangen, bei der feierlichen Eröffnung der Buchmesse, auf der Bibliotheken dank Bundespräsident Frank Walter Steinmeier deutlich prominenter erwähnt wurden als in früheren Jahren – und das, obwohl es 2022 kein International Library Center (ILC) auf der Buchmesse gab und man auch nur ganz vereinzelt besondere Bibliotheken wie die Münchner Stiftung Internationale Jugendbibliothek, die Herzog August Bibliothek, Wolfenbüttel, oder die Publikumsverlagszweige großer Bibliotheken wie der

7 https://www.buchmesse.de/timetable/session/wandel-und-innovation-fuer-den-erfolg-der-artikelbasierten-wirtschaft

8 https://www.economist.com/leaders/2017/05/06/the-worlds-most-valuable-resource-is-no-longer-oil-but-data

Bundespräsident Frank Walter Steinmeier zeigte sich von Irene Vallejos Buch „Papyrus: Die Geschichte der Welt in Büchern“ und der von ihr gelebten Kreativität des Erzählens begeistert.

British Library oder der Bodleian Libraries Oxford als Ausstellende antraf.

Steinmeier sagte in seiner Eröffnungsansprache[9]: „Irene Vallejo hat ein faszinierendes, bis jetzt schon sehr erfolgreiches Buch über die Bedeutung des Buches und gleichzeitig eine Liebeserklärung an die Bibliotheken geschrieben[10].“ Im weiteren Verlauf kam er immer wieder auf Bibliotheken zurück. Ohne Bücher gäbe es keine Aufklärung. Die Geschichte der großen europäischen Bibliotheken sei untrennbar mit der Geschichte der Aufklärung verknüpft, so der Bundespräsident. Er berichtete von seinem Besuch in der Herzog August Bibliothek in Wolfenbüttel anlässlich ihres 450-jährigen Bestehens und erzählte dem Publikum aus geladenen Gästen der internationalen Verlagswelt: „Einer ihrer Bibliothekare war der große Aufklärer Gotthold Ephraim Lessing.“ Steinmeier nutzte das Forum auch, um zur Solidarität mit der Ukraine aufzurufen: „Die Zerstörung von Bibliotheken, von Verlagen, die schweren Folgen, die der Krieg für das gesamte Buch- und Verlagswesen in der Ukraine hat, das darf uns nicht nur empören, sondern muss uns alle zur Hilfe und Unterstützung motivieren.“

Translate, Transfer, Transform: Übersetzung im Mittelpunkt der Buchmesse

Mit der Auswahl ihres diesjährigen Mottos hat die Frankfurter Buchmesse das Thema Übersetzung in den Mittelpunkt der Veranstaltung gestellt, um die Leistung der Übersetzerinnen und Übersetzer sichtbarer zu machen, und auf die Bedeutung und Wirkung von Übersetzungen aufmerksam zu machen. Steinmeier hatte diese in seiner Ansprache bedenkenswert zusammengefasst: „Indem wir übersetzen, transferieren wir andere Gedanken, andere Lebensweisen, andere Reflektionen in unser Denken und in unser eigenes Leben. Und so geschieht immer wieder Veränderung.“ Im internationalen Zentrum für Übersetzung (Halle 4.0), eingerichtet in Kooperation mit dem Verband der Übersetzer*innen (VdÜ) wurde ein vielfältiges Programm mit zahlreichen Veranstaltungen geboten. Behandelt wurden Themen wie das Übersetzen von Kinder- und Jugendbüchern, Comics und Sachbüchern, sowie postkoloniales Übersetzen und Sensitivity Reading. (Siehe dazu auch Messesplitter: „Wer macht ein Buch? Übersetzung und Lektorat im Blickfeld“).

Rakuten Kobo und Wattpad: Neue Big Player im globalen Buchgeschäft

Zurück zu den Entwicklungen des internationalen Publikationsmarktes, der nicht nur im akademischen Bereich aus den Fugen geraten ist. Internetbasierte, neuartige Ansätze „mit denen Autorinnen und Autoren ihr geistiges Eigentum verbreiten, haben neue Schaffensbereiche eröffnet, die das bisherige Verständnis vom Schreiben, Verlegen und Lesen fundamental erweitern“, so die Ankündigung zum Global 50 CEO Talk „Jenseits der Verlage: Neue Facetten im globalen Buchgeschäft“[11]. Ashleigh Gardener, SVP, Managing Director Global Publishing Wattpad WEBTOON Studios, Kanada, und Michael Tamblyn, CEO Rakuten Kobo, Kanada, erörterten dieses Thema mit dem Branchenberater Rüdiger Wischenbart, Content und Consulting, und sprachen über Dynamiken, die sich aus nicht-traditionellen Publikationsmodellen ergeben. Am Beispiel ihrer eigenen Unternehmenserfolge zeigten die Diskutanten Entwicklungen und Strategien auf. Rakuten wurde 1997 als Internetunternehmen in Japan gegründet, ging im Jahr 2000 an die Börse, agiert weltweit in verschiedenen Branchen. Die Aktiengesellschaft hat ihren Sitz in Tokio. Rakuten Kobo, in Kanada ansässiges Mitglied der Unternehmensgruppe, stellt sich in seinem Firmenportrait wie folgt vor. „Wir bei Kobo verkörpern alles, was Sie an Ihrer Lieblingsbuchhandlung vor Ort lieben, in perfekter Form für Ihr modernes Leben. Unsere Mission ist es,

9 https://www.bundespraesident.de/SharedDocs/Reden/DE/Frank-Walter-Steinmeier/Reden/2022/10/221018-Frankfurter-Buchmesse.html

10 https://www.diogenes.ch/leser/titel/irene-vallejo/papyrus-9783257071986.html

11 https://www.buchmesse.de/timetable/session/global-50-ceo-talk-mit-ashleigh-gardner-wattpad-webtoon-studios-und-michael

die Kraft des Lesens in Ihre Welt zu bringen – denn wir sind Bücherliebhaber, genau wie Sie.“ Michael Tamblyn berichtete zu kobo plus, dem „All-you-can-read eBooks“-Subskriptionsservice: „Wir haben bei der Einführung in den Niederlanden gesehen, dass wir mit dem Service Leser erreichten, die nie zuvor ein eBook gekauft haben.“ kobo plus war zum Zeitpunkt der Buchmesse laut Tamblyn bereits in sieben Ländern eingeführt. Rakuten hat übrigens 2017 den E-Book-Reader-Hersteller Tolino übernommen. Seither werden die Lesegeräte von Kobo weiterentwickelt.

Wattpad[12] ist nach Unternehmensangaben die derzeit „führende Social-Storytelling-Plattform und Heimat einer Community von mehr als 94 Millionen Menschen, die jeden Monat über 23 Milliarden Minuten mit originellen Geschichten verbringen“. (Diese Zahlen muss man erst einmal sacken lassen. 94 Millionen Menschen, 23 Milliarden Minuten). Wattpad’s Vision ist „die Welt durch Geschichten zu unterhalten und zu verbinden“. Zusammen mit den Wattpad WEBTOON Studios, den TV-, Film- und Verlagspartnern des Unternehmens, „verbindet Wattpad Kunst und Wissenschaft, um unglaubliche Geschichten zu entdecken und die Fangemeinden (Fandoms), die die Zukunft der Unterhaltung bestimmen, zu veredeln“ (oder wie auch immer man das Wort „cultivate“ aus dem englischen Originaltext verstehen und übersetzen mag, vielleicht besser fördern, weiterentwickeln, ausbilden, aber doch auf keinen Fall kultivieren, oder?). Asleigh Gardener sagte zur Zukunft des Unternehmens: „Publizieren wird unsere wichtigste Strategie bleiben, denn sie erlaubt vertikale IP (Intellectual Property) über TV, Film und Bücher hinweg.“

Innovationspreise für frische Ideen

Eine kreative Palette neuer Ideen enthüllen auch immer die Innovationspreise der Buchbranche. Zwei Auszeichnungen, die auf der Buchmesse vergeben bzw. überreicht wurden, sind aus deutscher Sicht besonders beachtenswert: Der CONTENTshift-Accelerator und der dpr award. Mit dem CONTENTshift-Accelerator fördert die Börsenvereinsgruppe Innovationen und neue Geschäftsmodelle in der Buch- und Medienbranche. Der dpr Award zeichnet unter der Schirmherrschaft des Bundeswirtschaftsministeriums Innovationen im Bereich des digitalen Publizierens aus. Zu den Gewinnern und ihren ausgezeichneten Ideen berichten wir in Messesplittern unter „Schöner Lesen auf Mobilgeräten“ und „dpr-Award: Herausragende Beiträge zur digitalen Transformation“.

Analysen, bis der Kopf schwirrt: Der Branche geht es besser, als sie glaubt.

Ob es den Erfolgen der neuen Mitspieler zuzuschreiben ist oder welchen Bemessungsgrundlagen auch immer – auf jeden Fall war die Aussage, dass der Buchmarkt resilient ist, mehr als einmal bei Pressekonferenzen, Vorträgen und Fachgesprächen zu hören. Im Frankfurt Studio vorgestellte Analysen des Europäischen Verlegerverbandes FEP und der Weltorganisation für geistiges Eigentum, WIPO zeigen, dass die Branche sich nach dem Pandemiejahr 2020 im Jahr 2021 gut erholt hat. Beide Organisationen betonten allerdings deutliche Unterschiede zwischen den Ländern, sowohl in Europa als auch international und nach Publikationsarten Print, E-Book und Hörbuch betrachtet.

Enrico Turin, Stellvertretender Direktor und Wirtschaftsexperte der FEP, präsentierte unter der Überschrift „The Book Market in Europe 2021/2022: main data and trends“ die Ergebnisse der jährlichen statis-

Enrico Turin, FEP, präsentierte Umsatzzahlen und Erkenntnisse zum europäischen Buchmarkt.

tischen Erhebung des Verbandes zum europäischen Buchmarkt. Danach hat sich der Markt nach den Anfängen der Pandemie 2020 im Folgejahr 2021 deutlich erholt und war in manchen Bereichen auch stärker als 2019. Interessant war dabei eine Aufschlüsselung der Umsätze nach Vertriebskanälen. Bei den Online-Verkäufen zeigte sich 2021 ein deutlicher Anstieg gegenüber 2019 und 2020, der zudem große Unterschiede zwischen Print-, E-Book-, und Audiobook-Absätzen sichtbar machte. Danach hat der Verkauf von Audiobooks in Finnland 2021 beispielsweise um 200 Prozent zugelegt, während er in Spanien nur um 2 Prozent gewachsen ist. (Italien 166,7 %, Großbritannien 56,1 %). Für 2022 erwartet der FEP-Direktor nach den bisher vorliegenden Zahlen Absatzrückgänge, die sich vor allen Dingen in den Buchläden bemerkbar machen würden.

12 https://company.wattpad.com/press/

Kevin Fitzgerald, Direktor für Digital Outreach bei der WIPO, führte mit den wichtigsten Erkenntnissen aus dem jüngsten Bericht der WIPO über die globale Verlagsbranche ein in die Podiumsdiskussion „Welchen Nutzen haben Daten für die Verlagsbranche?“. Fitzgerald sagte: „Die Erholung der Wirtschaft nach der Pandemie hat auch die Verlagsbranche erreicht.“

Martina Wolff de Carrasco, Key Account Manager Business Development & Sales bei der Frankfurter Buchmesse und Erwin König, Geschäftsführung b.i.t.-Verlag, Wiesbaden nutzten eine der neuen Workstations für ein Planungsgespräch zur Buchmesse 2023.

Als Schlüsselerkenntnisse präsentierte er, a) die meisten Länder hätten nach den Rückgängen 2020 für 2021 Umsatzwachstum gemeldet. Für die Publikationsmärkte Vereinigten Staaten (+13,6 %), Italien (+12,2 %) Japan (+7,5 %) Großbritannien (+5,1 %) und Deutschland (+3,5 %) seien sogar beträchtliche Erlössteigerungen verzeichnet worden. b) Der Trend zur Digitalisierung gehe weiter. Wo vergleichbare Daten zur Auswertung zur Verfügung gestanden hätten, würden sie auf eine Erhöhung des Anteils der Einnahmen aufgrund von Digital- und Audioformaten hindeuten. c) Der Anteil der Online-Verkäufe scheint nach einem starken Anstieg zu Beginn der Pandemie zu stagnieren. Eine Vorabversion des WIPO-Berichtes „The Global Publishing Industry in 2021“ wurde zur Buchmesse veröffentlicht[13]. Von Turins Vortrag und dem Podium mit Fitzgerald sind Aufzeichnungen auf der Buchmesse-Webseite verfügbar[14,15].

An anderer Stelle auf der Messe sagte David Taylor, Senior Vice President Content Acquisition der Ingram Content Group, beim Gespräch „The Cost of Doing Business“: „Es ist eine gute Zeit für Verleger und Buchhändler. Es gibt mehr Verleger, mehr Bücher, mehr eBooks.“ Es gäbe viele schlaue und kreative Buchmenschen und der technologische Fortschritt würde zum Fortbestehen der Publikationsbranche beitragen, begründete er seine Aussage. Eine Zusammenfassung des Gesprächs, an dem neben ihm die Buchhändlerin Maddalena Fossombroni teilnahm, finden Sie unter der Überschrift „Die Kosten des Geschäftsbetriebs“ auf den Folgeseiten.

Die 74. Frankfurter Buchmesse in Zahlen

93.000 Fachbesucherinnen/-besucher und 87.000 Privatleute waren auf der Frankfurter Buchmesse 2022. Ihnen standen 4.000 Ausstellende aus 95 Ländern gegenüber, die ihre Angebote in Halle 3, 4 und 6 auf eigenen Messeständen und an sogenannten Workstations präsentierten. Bei den Workstations handelte es sich um Systemstände mit Tischen und Stühlen, die zum ersten Mal flexibel zur Miete angeboten wurden.

In der Mediathek[16] und im YouTube-Kanal der Buchmesse[17] sind viele Videoaufzeichnungen von der diesjährigen Buchmesse bereitgestellt.

Das war sie, die #FBM22. Nicht zu vergleichen mit ihren trubeligen, das Buch und seine Wirkung feiernden Vorgängern der letzten zehn Jahre vor Pandemie und Krieg. Aus dem Buchfest mit 285.000 Besucherinnen und Besuchern (2018), mit bunt verkleideten Manga-Cosplayern und Herr-der-Ringe-Events ist wieder eine sichtbar arbeitsintensive Handelsmesse geworden, die zunehmend auch Konferenzcharakter annimmt. Als Treffpunkt und Spiegel der Branche verändert sie sich mit dem Publikationsmarkt und dem sich wandelnden Medienkonsumverhalten. Sie wird auch im nächsten Jahr wieder eine andere sein.

Die 75. Frankfurter Buchmesse ist für 18.–22. Oktober 2023 angekündigt. Ehrengast: Slowenien

Vera Münch
ist freie Journalistin mit Schwerpunkt Fachinformation und Wissensvermittlung
Twitter: @observaitress
vera-muench@kabelmail.de

Helga Bergmann-Ostermann
Journalistin
Dipl.-Übersetzerin
h.bergmann-ostermann@t-online.de

13 https://www.wipo.int/export/sites/www/ipstats/en/docs/fbf-pre-release.pdf
14 https://www.buchmesse.de/timetable/session/book-market-europe-20212022-main-data-and-trends
15 https://www.buchmesse.de/timetable/session/welchen-nutzen-haben-daten-fuer-die-verlagsbranche
16 https://www.buchmesse.de/themen-programm/mediathek
17 https://www.youtube.com/channel/UCzOzewk_c1VGUsLF_zRa3cg

+++ MESSESPLITTER +++

Streiflichter von der #fbm22 zeigen eine Buchbranche, die sowohl den Verwerfungen durch die Pandemie, als auch den Herausforderungen der Transformation mit Verve und Freude an der Arbeit die Stirn bietet, obwohl viel mehr Fragen als je zuvor ungelöst sind, was zu reichlich Diskussionsrunden führte. Für alle, die tiefer einsteigen möchten: es gibt jede Menge Videoaufzeichnungen von vielen Veranstaltungen vor, während und nach der Messe.

Helga Bergmann (hb), Vera Münch (vm)

Plauderten in entspannter Atmosphäre via Zoom: Autorin Angie Berbuer mit Franz Edlmayr, Editorial Director Amazon Publishing, und Moderator Felix Zeltner. Dari & Eleanor sorgten für die Musik, Keris Timol für eine kurze Online-Mediation.

„Mein Glück ist meine Entscheidung": Angie Berbuer bei „The Hof"

Zoom-Event, Montag, 17.10.2022, 17.00–18.00 Uhr

(vm) Im Lock-Down hat die Frankfurter Buchmesse ein schönes Digitalformat entwickelt, das Menschen aus aller Welt in entspannter Atmosphäre zusammenbringt. Ausgedacht als digitaler Ersatz für die informellen, oft zufälligen Gespräche in der Lobby und an der Bar der Messehotels wie „Frankfurter Hof", „Hessischer Hof", „Steigenberger Hof" usw. trägt es den Namen „The Hof". Live-Musik, von irgendeinem Ort der Welt zugeschaltet, lockert die ohnehin zwanglosen Interviews, Autoren- und Branchengespräche zwischendurch immer wieder auf und sorgt so wirklich für eine besondere Atmosphäre vor dem Bildschirm. Die Sessions dauern jeweils 60 Minuten. Zu jedem Thema gibt es Break-Out-Sessions, die Zuschauende in kleineren Gruppen zusammenbringen, wo sie kommentieren und Fragen stellen, vor allem aber, sich mit bis dahin vielleicht noch unbekannten Leuten aus der Branche verabreden können.
Beim Zoom-Hof „Eine beeindruckende junge Frau und ein Buch, das Mut macht" erzählte die Autorin und Content Creatorin Angie Berbuer von ihrem Schicksal. Sie hat nach einem Unfall mit 21 Jahren beide Beine verloren, aber nicht ihren Lebensmut. „Ich bin nicht gestorben. Ich habe viel mehr gewonnen, als ich verloren habe, weil ich einfach ein Leben geschenkt bekommen habe", so die seit kurzem 24-jährige Frau. Moderator Frank Zeltner, Gründer und CEO von Remote Daily, der ersten Zoom Talk-Show der Welt, ist von Angie Berbuer sehr beeindruckt: „Ich glaube nicht, dass ich jemals eine Autorin kennengelernt habe, die mich so inspiriert hat." Ihr Buch „Mein Glück ist meine Entscheidung", Untertitel: „Wie ich meine Beine verlor und mein Lächeln behielt" ist bei Topicus erschienen, dem Imprint von Amazon Publishing für Sachbücher und Ratgeber.
https://www.buchmesse.de/themen-programm/fachprogramm/hof

Peter Kraus vom Cleff, Okke Schlüter, Jens Klingelhöfer, Carolin Mungard, Jonathan Beck und Thomas Tuma (v.r.).

Content im Spannungsfeld von Technik und Kundenbedürfnis

Zur Podiumsdiskussion „Die Zukunft des Contents: Wie innovative Formate und Technologien die Verlagsbranche nachhaltig verändern werden.", 19.10.2022, 16 Uhr

(hb) Die Verlagsbranche muss ihre Grenzen verschieben, denn Content wird medienunabhängig über Plattformen fließen und sich an den Bedürfnissen der Kundinnen und Kunden orientieren. Zu diesem Ergebnis kam die Podiumsdiskussion der Haufe Group an ihrem Buchmessestand in Halle 3. Die Teilnehmenden waren Dr. Jonathan Beck, Geschäftsführer und in 7. Generation an der Spitze des C.H.Beck Verlags, Peter Kraus vom Cleff, Hauptgeschäfts-

+++ MESSESPLITTER +++

führer beim Börsenverein des Deutschen Buchhandels, Prof. Dr. Okke Schlüter, Professor für Medienkonvergenz im Studiengang Mediapublishing an der Hochschule der Medien (HdM) in Stuttgart, Jens Klingelhöfer, CEO und Mitbegründer von bookwire und Carolin Mungard, Head of Content Licensing and Partnerships bei Blinkist. Durch die Veranstaltung führte Thomas Tuma, Journalist, Chefautor und Mitglied der Chefredaktion für das Berliner FOCUS Magazin.

Zunächst beschäftigte sich die Runde damit, wie sie Content sieht: Er habe zwei Dimensionen, stellte Kraus vom Cleff fest, zum einen die inhaltlich kuratierte und zum anderen die technische. Für Beck stehen in Bezug auf Content Geschichten, Storytelling, im Vordergrund. Das sei wichtiger als Technik. Schlüter betonte, Content in Form von Information sei medienunabhängig. Einen neuen Weg, Content zu verbreiten, beschrieb Mungard. Mit viertelstündigen Clips, sogenannten Blinks, fasse Blinkist Kernaussagen von Sachbüchern in Schrift und Ton zusammen und trage auf diese Weise einem veränderten Leseverhalten Rechnung. Gleichzeitig würden aber auch Anreize für intensiveres Lesen gegeben. „Wie hat sich das Lesen verändert?“, fragte der Moderator. „Lesen hat sich mit den Geräten und den Oberflächen, die wir nutzen, verändert und es ist generationsabhängig“, so Schlüter. Die Generation Z favorisiere kürzere Formate. Als Hochschule müsse man sich wegen des Bildungsauftrags aber fragen, ob zur Kompetenzvermittlung nicht längere Texte nötig sind. Einen neuen Aspekt brachte Mungard in die Diskussion ein: „Wir beobachten bei Menschen den Wunsch, Zeit sinnvoll zu füllen. Wenn sie in der Bahn sitzen, putzen oder mit dem Hund spazieren gehen, lesen bzw. hören sie sich einen Blink an, um neue Inhalte zu entdecken.“ Man beobachte auch, dass der Trend in Richtung „Content hören“ gehe und deswegen optimiere Blinkist seine Inhalte zunehmend in diese Richtung. Klingelhöfer ergänzte, die Menschen wollten Produkte der Verlagsbranche in ihrem Leben haben und von daher sei es notwendig ein Mix an Formaten anzubieten. Für die Branche gelte es, Trends zu erkennen und sie zu bedienen.

Die Grenzen der Branche verschieben

Wie Wissensvermittlung und Entertainment in zehn Jahren aussehen werden, diese Frage sollte sich die Branche hin und wieder stellen, regte Klingelhöfer an. Beides werde heutzutage schon anders verpackt, wie YouTube, Twitch oder Spotify zeigten. „Wenn wir unsere Branche als Contentbranche definieren, dann ist Netflix gar nicht so weit weg“, gab Schlüter zu bedenken und fuhr fort: „Wenn wir uns vornehmen, ein Kundenproblem zu lösen, dann könnten wir uns auch vornehmen, die Grenzen der Branche einfach zu erweitern.“ Der Content der Zukunft werde durch die Medienkonvergenz immer stärker über Oberflächen hinwegfließen, medienunabhängig sein und „in jeder Situation dort sein, wo die Nutzenden oder die Leserin/der Leser ihn gerade haben möchten“, sagte Schlüter. Für Mungard wird in Zukunft das Teilen von Inhalten an Bedeutung gewinnen und für Beck wird der Content digital vorbereitet sein, wobei bei der Erstellung die qualitative Überprüfung (z.B. peer review) weiterhin eine Rolle spielen wird. Kraus vom Cleff ist überzeugt: „Content wird mehr über Communities, über Flatrates gehen.“ Als Beispiele nannte er den Hamburger Buchhändler Lüders, der ein Flatrate-Lesemodell anbiete, das auch lizenzrechtlich mit den Verlagen abgestimmt sei und Judith Holofernes (früher „Wir sind Helden“). Holofernes nutze ein Modell, „bei dem man monatlich an dem teilhaben kann, was sie schreibt“. Dennoch werde das Buch für diejenigen, die mit sich allein sein können, die sich zurückziehen, die eine Geschichte erzählt bekommen wollen, auch in zehn Jahren noch wertvoll sein.

Link zum Mitschnitt: https://www.haufegroup.com/de/buchmesse

Rückten die Bedeutung von persistenten Identifikatoren und anderen IDs in der Digitalwelt ins Bewusstsein: (v.l.n.r.) Sybille Geisenheyner, Laura Cox und Dr. Jo Havemann.

Die Qualität der Daten ist entscheidend

Zur Diskussionsrunde: „The Data Quality Imperative: Advancing the Scholarly Publishing Ecosystem“, Frankfurt Studio, 20.10.2022, 14.30 Uhr

(hb) „Für Open Access (OA) und Open Science (OS) brauchen wir effiziente, transparente und faire Daten“, führte der Moderator Christopher Kenneally, Senior Director Marketing beim Copyright Clearance Center (CCC) in das Thema ein. Daten müssten auffindbar, zugänglich, interoperabel und nachnutzbar sein. An dem Gespräch nahmen teil: Laura Cox, Senior Director Publishing Industry Data vom (CCC), Sybille Geisenheyner, Director of Open Science Strategy & Licensing bei der American Chemical Society (ACS)

+++ MESSESPLITTER +++

und Dr. Jo Havemann, Mitbegründerin von AfricArXiv. Kenneally richtete seine erste Frage an Geisenheyner: „Spielen Daten heute eine größere Rolle beim wissenschaftlichen Publizieren als jemals zuvor?“ Ein deutliches Ja war die Antwort der ACS-Direktorin, die aber zunächst die Frage klären wollte, was für Daten das seien. „Wir haben Forschungsdaten, Publikationsdaten sowie eine Reihe von institutseigenen Daten.“ In den Verlagshäusern habe man erst in den letzten Jahren wahrgenommen, welche Datenmengen vorhanden seien und was man damit anfangen könne. Im Publikationssektor vorhandene Daten erlaubten es beispielsweise, an Forscher und Forscherinnen, Institutionen und Fördermittelgeber heranzutreten. „Für uns als wissenschaftliche Gesellschaft steht die Forschung im Mittelpunkt, für uns sind Forscher und Forscherinnen als Leser, als Konsumenten, als Autorinnen und Autoren und auch als Produzentinnen und Produzenten wichtig“, erklärte sie. Workflows für die Forschung so einfach wie möglich zu gestalten, sei ein schwieriges Unterfangen, das gelte gleichermaßen für Entwicklung und Konsum von Content. Besonders arbeits- und datenintensiv seien transformative Verträge. Sie beinhalteten immer komplexere Vereinbarungen zwischen Institutionen und Verlagen, weil sie Publikationselemente aus früheren Vereinbarungen enthielten. „Für unsere Arbeit bedeutet das, bei Einreichung eines Artikels herauszufinden, ob der Forscher/die Forscherin in einer Einrichtung tätig ist, die mit Read&Publish Verträgen arbeitet. Nur wenn wir das wissen, können wir die Forschenden von Anfang an richtig beraten“, führte Geisenheyner aus. Wenn keine Vereinbarung vorliege, es aber einen bestimmten Fördermittelgeber gebe oder eine anderweitige Verpflichtung (mandate) bestehe, müsse ACS auch das wissen, um Forschende richtig durch das System zu führen. „Für all das brauchen wir unendlich viele Daten“, erklärte die ACS-Direktorin und betonte, wie dringend standardisierte Register als Qualitätsprüfpunkte von Anfang an nötig seien. Beim neuesten Deal mit kalifornischen Konsortien habe ACS neben den konkreten Daten auch die verschiedenen Gegebenheiten wie Fördermittelgeber etc. erfasst. Um all diese Informationen zusammenzuführen, brauche man Systeme, die in der Lage seien, Feinabstimmungen und Eigenschaften eines Vertrags zu dokumentieren, denn alle Deals, alle Read&Publish Verträge seien unterschiedlich gestaltet. Dies bereite nicht nur ACS sondern allen Vertragsparteien Schwierigkeiten und vor allem viel Arbeit. Mit solch komplizierten Details sollten Forschende nach Geisenheyners Auffassung nicht belastet werden. Sie sollten die Kundenerfahrung machen, dass im Hintergrund Leute darüber wachten, damit sie das Rechte im richtigen Moment tun könnten. Da Forschung global sei, die Forscherinnen und Forscher aus verschiedenen Ländern mit unterschiedlichen Gegebenheiten kämen, sei es extrem wichtig, dass alle Daten aus einer ständig sich verändernden Forschungsumgebung gesammelt würden.

Als nächstes wollte Kenneally von Cox wissen, ob die Übernahme von Ringgold durch CCC ein Indiz dafür sei, dass auch für CCC die Datenqualität wichtiger als je zuvor sei. Dies bejahte Cox: „Im Übergang zu Open Access und Open Science werden Qualität, Zuverlässigkeit und Verknüpfbarkeit von Daten immer wichtiger.“ Mit dem Ringgold Identifier und dem International Standard Name Identifier (ISNI) sei es möglich, benötigte Daten zusammenzuführen. Sie sprach sich dafür aus, notwendige Daten bereits frühzeitig im Fördermittelmanagement und Publikationsprozess zu erfassen. „Qualitativ hochwertige Daten zu haben, verbessert die Zusammenarbeit und erhöht die Effizienz“, erklärte Cox. Einige nationale europäische Fördermittelgeber hätten persistente Identifikatoren u.a. in ihre CREST Systeme[1] eingebaut und ihre Systeme mit Datensätzen bis hin zu den CREST Systemen lokaler Institutionen gefüllt. Das habe zu einer „phänomenalen“ Zeitersparnis in der Forschungsadministration geführt, berichtete die CCC-Direktorin. Solche Daten im Publikationsprozess zu haben, erspare das zeitaufwändige Nachtragen fehlender Daten. Um qualitativ hochwertige Daten zu bekommen, seien persistente Identifikatoren der Schlüssel.

Wie wichtig Daten für das Projekt AfricArXiv seien, wollte Kenneally von Havemann wissen. Sie seien elementar wichtig, erwiderte die Mitbegründerin von AfricArXiv, „da es bei dem Projekt darum geht, die Sichtbarkeit von und den Zugang zu afrikanischen Forschungsergebnissen zu erhöhen“. Das Projekt diene dem Aufbau eines afrikanischen Wissensbestandes, der aber auch von Forschenden aus allen Ländern genutzt werden könne. Afrikanische Wissenschaftler könnten auf der zur Verfügung gestellten Plattform ihre Forschungsergebnisse präsentieren, sei es in Form von Preprints, Postprints, bereits veröffentlichten Beiträgen, Arbeitspapieren, Datensätzen, Poster oder Präsentationen und in offenen Repositorien ablegen. Die wissenschaftlichen Arbeiten würden mit Identifikatoren, vorzugweise mit ORCID als im Hintergrund laufender Infrastruktur versehen, wodurch die Sichtbarkeit afrikanischer Forschungsergebnisse deutlich gesteigert werden konnte. Auch Havemann betonte, Datenkuration sei extrem wichtig, damit Forschende sich mit ihrer Forschung beschäftigen könnten und sich nicht um technische Probleme kümmern müssten.

https://www.buchmesse.de/en/timetable/session/data-quality-imperative-advancing-scholarly-publishing-ecosystem

1 CREST: Kollaborative eingebettete Systeme https://crest.in.tum.de/

+++ MESSESPLITTER +++

#Booktok-Community treibt die Branche zu Tiktok

Online-Masterclass „Kick-Start your TikTok Journey with Bastei Lübbe“ zur #FBM22, Donnerstag, 13.10.2022, 17:00 Uhr und TikTok Messeauftritt, Sonntag, 23.10.2022

(hb) Die „angesagteste TikTok-Community“ – #Booktok – hat die Verlagsbranche in Schwung gebracht. Die #BookTokerinnen und -Toker, die ihre Liebe zum Lesen in Videoschnipseln teilen, fördern nachweislich weltweit den Buchabsatz. Das hat TikTok in diesem Jahr zum ersten Mal als Buchmessepartner nach Frankfurt gebracht. Am Messesonntag bespielte das Videoportal, das zusätzlich Funktionen eines sozialen Netzwerks anbietet, auf der Agora eine eigene Bühne. Dort konnte man zahlreichen Creatorinnen und Creatoren bei ihren Erfolgsgeschichten zuhören. Als Creatoren werden in der neuen Fachsprache mittlerweile all jene bezeichnet, die auf Social Media Plattformen Inhalte posten, die eine nennenswerte Reichweite erzielen.

Foto: Helga Bergmann

Wie man als Verlag den Boom mitmachen kann, vermittelte die Masterclass „Kick-Start your TikTok Journey with Bastei Lübbe“ im Vorfeld der Messe. Janni Deitenbach, Head of Community Management bei Bastei Lübbe, erklärte den Branchenpartnern: „Haben Sie keine Angst, lassen Sie sich einfach mit ihren potenziellen Lesern ein! Verbringen Sie viel Zeit auf der Plattform nicht nur mit Ihren Videos, sog. Creatives, sondern auch mit Comments. Verlage sind bei TikTok gleichzeitig Contentanbieter und Nutzer.“ Am Beispiel von bereits vorhandenen Creatives zeigte sie, dass erfolgreiche Videos nur Text enthalten oder mit Musik unterlegt werden könnten. Es müssten keine aufwändigen Videos sein, auch kleine Sequenzen über den Produktionsprozess seien für die TikTok-Community interessant. Wenn das Video mit Soundeffekten oder Musik unterlegt werden solle, finde man in der Commercial Audio und der Commercial Music Library von TikTok alles, was für den Soundtrack eines Videos notwendig sei.

https://www.buchmesse.de/en/timetable/session/kick-start-your-tiktok-journey-bastei-lubbe

Dr. Sabine Baumann, Schöffling & Co Verlag, mit dem Originalkunstwerk von Johanna Hansen, das sie als Gewinnerin der Übersetzerbarke 2022 vom VdÜ erhielt.

Wer macht ein Buch? Übersetzung und Lektorat im Blickfeld

Zwei Veranstaltungen aus dem Internationalen Zentrum für Übersetzung, Halle 4.0, 19.20.2022, 13.00 Uhr und 20.10.2022, 11.30 Uhr

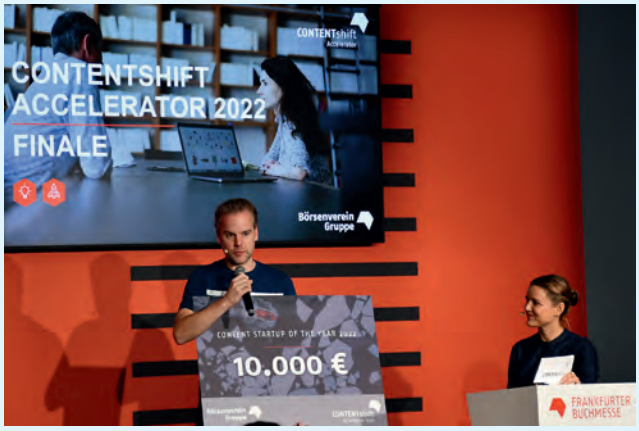
(hb) Auftaktveranstaltung in dem wieder eingerichteten Übersetzungszentrum war die Verleihung der „Übersetzerbarke“. Dr. Sabine Baumann, leitende Lektorin beim Schöffling & Co. Verlag erhielt die Auszeichnung für ihre Wertschätzung des literarischen Übersetzens und ihren Einsatz für die Sichtbarkeit der Übersetzerinnen und Übersetzer in der Öffentlichkeit. Die Laudatio hielt Marieke Heimburger, Vorsitzende des VdÜ (Verband der Literaturübersetzer*innen). Als Preis erhielt Baumann ein Bild der Düsseldorfer Künstlerin und Lyrikerin Johanna Hansen.

Am Donnerstag wurde bei einer Podiumsveranstaltung unter dem Titel „Wer macht ein Buch?“ erörtert, wie die Sichtbarkeit von Übersetzerinnen und Übersetzern sowie Lektorinnen und Lektoren verbessert werden kann. Mode-

Diskutierten, wie Übersetzung und Lektorat besser gewürdigt werden könnten: (v.l.) Jo Lendle, Katharina Gerhard, Dania Schüürmann, Patricia Klobusiczky und Zoë Beck.

+++ MESSESPLITTER +++

riert von der Übersetzerin und Autorin Dania Schüürmann diskutierten die Bücherfrau des Jahres 2022 Zoë Beck (Verlegerin, Autorin und Übersetzerin) und der Verleger des Carl Hanser Verlags Jo Lendle mit der freien Lektorin Katharina Gerhard, die den Verband der Freien Lektorinnen und Lektoren (VFLL) vertrat, und der Übersetzerin Patricia Klobusiczky für den Verband VdÜ. Alle waren sich einig, dass die Übersetzungs- und Lektoratsleistung sichtbarer werden muss und dass sie auf alle Fälle ins Impressum gehört. Unterschiedliche Auffassungen bestanden, an welcher anderen Stelle im Buch sie genannt werden sollten.
https://literaturuebersetzer.de/unser-verband/uebersetzerbarke/uebersetzerbarke-2022-sabine-baumann/



Niels t' Hooft, Mitbegründer und CEO von Immer Systems, NL. Das Startup hat mit seiner Immer.App den CONTENTshift Accelerator-Wettbewerb 2022 gewonnen.

Schöner Lesen auf Mobilgeräten

Zum Börsenvereins-Startup-Wettbewerb CONTENTshift Accelerator 2022, 20.10.2022, 11.00 Uhr

(vm) Das niederländische Startup Immer Systems hat den diesjährigen CONTENTshift-Accelerator-Wettbewerb gewonnen. Das Unternehmen hat eine Anwendung entwickelt, um das Lesen auf Mobilgeräten lesefreundlicher zu machen. Die Immer.App bereitet die Inhalte für Handys und Mobilgeräte so auf, dass dem Leser anstelle der bekannten, schwer lesbaren Textwüsten neue, sinnvolle Texteinheiten angeboten werden können, die „Spaß machen und gut konsumierbar sind", so die Jury. Stefanie Penck (Te-Neues Verlag) erklärte als Jurysprecherin: „Wir vergeben den ersten Platz an Immer.App, weil dieses Geschäftsmodell überzeugend, nachvollziehbar und durchaus disruptiv für die Branche ist." Zum Konzept des Preises gehört ein Mentoring-Programm, in dem die aus den Bewerbungen ausgewählten Finalisten von der Jury drei Monate begleitet und beraten werden.

Neben Immer schafften es ACTitude, Enna und Heimsafari ins Finale. Insgesamt hatten sich 39 junge Firmen für den Preis 2022 beworben. ACTitude bietet in psychologischen Online-Kursen verständliche, direkt umsetzbare Übungen, Informationen und Tipps an, die Menschen dabei helfen sollen, in emotional herausfordernden Alltagssituationen die Ruhe zu bewahren. Der Ansatz basiert auf der Akzeptanz- und Commitment-Therapie (ACT) aus der Verhaltenstherapie. Enna geht einen interessanten, pragmatischen Weg zur Inklusion ungeübter Menschen in die Mobilwelt. Das Bedienkonzept besteht aus einer Dockingstation, auf die unterschiedliche Karten für die Aktion aufgelegt werden, die man ausführen möchte, z.B. Videotelefonie oder digitale Fotoalben ansehen usw. Das Ganze funktioniert ohne Touchdisplay und Menüführung. Heimsafari, der dritte Finalist, ist geboren aus dem Wunsch, im Lockdown die Kinder von den Bildschirmen wegzulocken. Die Anwendung bietet Schatzsuchen für Kinder und kombiniert dabei analoge Verstecke mit app-basierten Rätseln und Abenteuern. Die Eltern sind mit gefordert: ihnen obliegt, online verfügbare Rätselseiten auszudrucken und in Wohnung, Haus und Garten zu verstecken und Fotos von den Verstecken zu machen. Diese führen die Kinder durch das Abenteuer zu den Verstecken.
https://www.buchmesse.de/en/timetable/session/contentshift-accelerator-2022-finale-and-award-show

Freuten sich über die Auszeichnung mit dem dpr Award 2022: (v.l.n.r.) Markus Langer (tonies:Audiothek), Kaey Law und Julia Leduc (Anymate.me), Kathrin Rüstig (Digital Leadership), David Stülpnagel und Professor Dr. Heiko Beyer (Moresophy: Contextcloud).

dpr Award: Herausragende Beiträge zur digitalen Transformation

Zur Übergabe der dpr Awards 2022 auf der Buchmesse am Stand des Mediennetzwerk Bayern, Halle 3.1, 20.10.2022, 16.00 Uhr

(vm) Als interessanter Innovationspreis hat sich der erst 2020 eingeführte dpr Award entwickelt, der Innovatio-

+++ MESSESPLITTER +++

nen im Bereich des digitalen Publizierens auszeichnet und gleichzeitig Trends sichtbar macht. 60 Bewerbungen gingen zum dpr award 2022 ein.
Das Portfolio der Bewerbungen reichte inhaltlich von AR-Apps, App-Books über digitale Vorleseclubs, zahlreiche KI-Services bis hin zu neuen Audio- und Video-Plattformen. Daraus ableitbare Trends seien der fortgesetzte Fokus auf Audio-Angebote, die Praxisreife von Künstlicher Intelligenz und die Tatsache, dass immer mehr Verlage Software-Anbieter werden.
Den dpr Award 2022 gewonnen haben 1) tonies: Audiothek (Produkt), 2. Moresophy: Contextcloud (Prozess/Technologie), 3. Anymate Me (Startup), 4. Kathrin Rüstig (Digital Leadership). Die Preisvergabe fand im Rahmen der Technologiekonferenz tech@media statt, bei der die Gewinnerinnen und Gewinner ihre Entwicklungen vorstellten und die Jury ihre Entscheidungen begründete. Eine Aufzeichnung der fünfstündigen Zoom-Konferenz gibt es auf der Webseite des dpr Award.
Tonies hat mit der tonies: Audiothek sein System erweitert, um folgenintensiver Serien besser anbieten zu können. Aus der Audiothek können Einzelfolgen heruntergeladen und auf eine bereits erworbene physische Hörfigur („Tonie“) aus der Serie aufgespielt werden. Der vorhandene Inhalt wird gelöscht, kann aber jederzeit wieder von der Plattform heruntergeladen werden. Moresophy, der Preisträger im Bereich Prozess/Technologie, hat mit seiner 2021 eingeführten Contextcloud eine Plattform geschaffen, mit der eigene Inhalte KI-gestützt analysiert und kontextbezogen mit dem Markt oder Wettbewerb verglichen werden können. „Anymate Me“ will eine automatisierte, schnelle und günstige Erstellung von Videos ermöglichen. Die Basis dafür ist seine KI-gestützte Plattform. Die Videos sollen auch automatisiert an lokale Märkte angepasst werden können. Kathrin Rüstig, Geschäftsführerin der BookBeat GmbH ist studierte Literatur-, Kunstgeschichte- und Medienwissenschaftlerin. Sie erhielt die Auszeichnung für ihr erfolgreiches, zukunftsorientiertes Herangehen an digitale Projekte und deren Management. Die Laudatio von Niclas Sandin, CEO Bookbeat, gibt es im Video von der Preisvergabe.
Zahlreiche der zum dpr Award 2022 eingereichten Entwicklungen sind laut Jury und der Redaktion des ausschreibenden Fachmagazins digital publishing report (dpr) aus den Herausforderungen während der Pandemie entstanden; z.B. Education- bzw. E-Learning-Angebote (Hansers eCampus), spezielle Kindermedien für den Lockdown (darunter digitale Vorlese-Services wie Lesido und Librileo) oder Onlinekurse für psychisch belastete Menschen (Actitude).
Beim Trendthema Audio reichte die Bandbreite aller Bewerbungen von interaktiven Audio-Walks (Story Dive) bis hin zum Service zur Erstellung von interaktiven Hörbüchern (Audory). Künstliche Intelligenz (KI), schon seit geraumer Zeit im Gespräch, hat nach Ansicht der Jury und der Redaktion des dpr in der Medienbranche Praxisreife erlangt. KI werde beispielsweise für die Auflagenplanung (Pondus Radar), das Erstellen von Personas (Rippler Media: Persona Institut) oder Recherchen von JournalistInnen (Varia Research) oder JuristInnen (Legal Analytics von Wolters Kluwer) eingesetzt.
Medienunternehmen treten zunehmend als Software-Anbieter auf: Verlage, die selbst Software entwickeln, bieten die Anwendungen und das Know-how dazu B2B-Kunden oder sogar Mitbewerbern an. Beim Vulkan Verlag, berichteten die Organisatoren des Preises, gäbe es eine Augmented-Reality-App als White-label-Service für die Fachkommunikation der B2B-Kunden. Hanser stelle ein umfangreiches E-Learning-Angebot vor. Der Verlag an der Ruhr entwickle Whiteboard-Lösungen für Grundschulen und Universal Edition hätte mit Getnote eine gemeinsame Plattform zum digitalen Vertrieb von Musik/Notenausgaben gestartet.
https://www.dpr-award.com/

Maddalena Fossombroni, Todo Modo, und David Taylor, Ingram Content Group, tauschten sich über die Kostensituation in der Branche und Zukunftsperspektiven aus. Erin L. Cox (l.) moderierte.

Die Kosten des Geschäftsbetriebs

Publishing Perspectives Forum, Congress Centrum Messe Frankfurt, 19.10.2022, 11.00 Uhr

(hb) Über „The Cost of Doing Business“ sprachen vor dem Hintergrund der enormen Kostensteigerung im Publikationsmarkt Maddalena Fossombroni, Buchhändlerin und CEO von Todo Modo in Florenz, das gleichzeitig Buchladen, Cafe und Theater ist und zu dem auch noch eine Kommunikationsagentur, spezialisiert auf E-Commerce und Unternehmensberatung gehört, und David Taylor SVP, Content Acquisition International von der Ingram Content Group-Niederlassung in Großbritannien. Die amerikanische Publizistin Erin L. Cox moderierte.

+++ MESSESPLITTER +++

Der Publikationsmarkt habe in jüngster Zeit einige Krisen erlebt, zunächst die Pandemie, jetzt als Folge des Krieges in der Ukraine eine hohe Inflationsrate und Energieverknappung. „Welche Folgen hat das auf den Publikationsmarkt?“, fragte die Moderatorin zunächst Taylor, der die Verlags-, Großhandels- und Vertriebsperspektive einbrachte. „Alles, was zur Buchherstellung notwendig ist, wird teurer. Die Preise für Papier steigen überall in der Welt, in Südkorea sogar um 50 Prozent innerhalb eines Jahres. Energie wird teurer und Löhne und Gehälter steigen wegen der hohen Inflation“, stellte Taylor fest. Als Konsequenz stiegen die Buchpreise, was angesichts sinkender Kaufkraft vieler Menschen zu einem geringeren Absatz an Büchern führen könne. Dennoch sei kein kompletter Einbruch zu erwarten, denn „der Buchmarkt ist sehr resilient. Während Boom-Phasen geht der Buchabsatz nicht durch die Decke und während einer Depression fällt er nicht gegen Null“, erklärte Taylor.

Krisen sind auch Chancen

„Wie geht es dem Buchhandel, wenn Bücher teurer werden und die Kunden weniger Geld zum Ausgeben haben?“, wollte Cox wissen. „Krisen wie die gegenwärtige Kostenexplosion sind auch Chancen, Neues zu entwickeln“, antwortete Fossombroni. Man könne aus vergangenen Krisen lernen. Zu Beginn der Corona-Pandemie habe der Buchhandel wahre Existenzangst durchlebt. Sie und ihr Team hätten während des Lockdowns hart gearbeitet, neue Ideen und eine Kommunikationsplattform entwickelt. Während Amazon die Auslieferung von Büchern für einige Wochen eingestellt habe, hätten die unabhängigen Buchläden begonnen, Bücher auszuliefern. Unterstützung sei von unabhängigen Verlagen gekommen, die die Lieferketten organisiert hätten. „Die Unterstützung, die wir von unserer Community bekommen haben, war so groß, dass Todo Modo nicht nur überlebt hat, sondern sogar nach der Pandemie zwei neue Buchläden eröffnen konnte“, berichtete Fossombroni. Zur Krisenbewältigung empfahl sie, sich auf Prinzipien aus Natur und Umwelt zu besinnen. Pluralismus und Buchvielfalt seien Aufgaben, an denen unabhängige Buchhändler arbeiten müssten, um neue Dienstleistungen zu entwickeln. Von der Natur könne man lernen, wie sie Verbindungen aufbaue und die Umgebung miteinbeziehe. Dank einer WhatsApp-Gruppe kommunizierten und kooperierten unabhängige Buchhandlungen in Italien heute besser. Im letzten Jahr habe man mit großem Erfolg eine Buchmesse zum Thema „Text“ durchgeführt. „Wir haben unser Konzept der wichtigsten Branche in Italien, der Modebranche, präsentiert, die uns tatsächlich unterstützt hat“, berichtete Fossombroni stolz. Die Veranstaltung sei im ältesten Bahnhof von Florenz, der Stazione Leopolda, durchgeführt worden, wo auch die großen Modeschauen stattfänden. 100 Verlage seien eingeladen worden, einige wenige ihrer Bücher zu präsentieren. In einer Veranstaltung habe man dargestellt, wie ein Buch entstehe und wer alles an der Herstellung beteiligt sei. „Wir haben auch darauf hingewiesen, wie wichtig Übersetzer/Übersetzerinnen sind, die manchmal ein Buch in der italienischen Übersetzung erfolgreicher machen als das Originalbuch“, ergänzte Fossombroni. In der Veranstaltung konnte geklärt werden, warum ein Buch 20 bis 24 € kosten müsse. Taylor erklärte, als international tätiges Unternehmen habe die Ingram Content Group die Entwicklungen weltweit im Blick. Man habe beobachtet, dass die Corona-Pandemie die Länder unterschiedlich getroffen habe, die gegenwärtige Inflation jedoch alle Länder gleichermaßen treffe. Mittlerweile würden weniger Bücher gedruckt und die Nachfrage nach „Print on Demand“ erlebe einen wahren Boom. Auch er konnte von positiven Entwicklungen berichten: „Wir beobachten in Großbritannien, dass Verlage nachhaltigere Entscheidungen treffen und vermehrt Dienstleister aus der näheren Umgebung und nationale Lieferketten in Anspruch nehmen, statt Bücher um die halbe Welt zu verschiffen.“ Fossombroni wies noch auf einen anderen Aspekt hin, der für den Buchhandel wichtig sei: die öffentliche Unterstützung. Zwar habe es in Italien keine finanziellen staatlichen Hilfen für den Buchhandel gegeben, aber nach anfänglichem Lockdown habe die italienische Regierung die Öffnung von Buchläden erlaubt. Außerdem seien die Bibliotheken angewiesen worden, Bücher über den lokalen Buchhandel statt von den Verlagen direkt zu beziehen. Auch habe sich die Preisbindung für Bücher bewährt. Taylor fügte hinzu, dass in Ländern mit Preisbindung für Bücher der stationäre Buchhandel besser mit dem Onlinebuchhandel konkurrieren könne als in Ländern, in denen es keine solche Preisbindung gebe.

Wie sieht die Zukunft aus, wollte die Moderatorin zum Ende der Veranstaltung wissen. „Es ist eine gute Zeit für Verleger und Buchhändler“, antwortete Taylor und erklärte auch gleich warum: „Es gibt mehr Verleger, mehr Bücher, mehr E-Books“ und obwohl die Preise nicht mehr fallen würden, werde der Buchmarkt nicht einbrechen. Es gäbe viele schlaue und kreative Buchmenschen und der technologische Fortschritt würde zum Fortbestehen der Publikationsbranche beitragen. Fossombroni fügte hinzu „Wir als menschliche Lebewesen haben Bücher und Buchläden verdient.“

https://www.ingramcontent.com/

https://www.spottedbylocals.com/florence/todo-modo/

+++ MESSESPLITTER +++

Aufklärung und Hilfe bei Diskriminierung

Der Bund für Antidiskriminierungs- und Bildungsarbeit (BDB) im Einsatz auf der Messe

(vm) Das Engagement bezüglich Anti-Diskriminierung hat auf der 74. Frankfurter Buchmesse körperlich Gestalt angenommen. Ein Awareness-Team aus Mitarbeitenden des Bundes für Antidiskriminierungs- und Bildungsarbeit e.V. (BDB) war während der gesamten Messe unterwegs auf dem Messegelände und im Eingangsbereich der Halle 4.0 an einem Stand ansprechbar. Vom Team war zu erfahren, nicht nur Ratsuchende, die sich in konkreten Situationen diskriminiert fühlten, sondern auch ganz viele interessierte Menschen hätten sich an sie gewandt, um sich über die Arbeit, und das Thema im Allgemeinen zu informieren. Viele hätten nach konkreten Tipps gefragt, wie man sein eigenes Verhalten überprüfen und ungewollte Diskriminierung in seinem Umfeld aufdecken und verhindern könne.
https://bdb-germany.de/

(v.r.) Irene Vallejo, Andrej Kurkow, Shelly Kupferberg, Philipp Keel, Donna Leon und Denis Scheck

70 Jahre Diogenes: „Erst mit dem Bauch, dann mit dem Kopf“

Autorengespräch anlässlich des 70. Geburtstages des Diogenes Verlages, Frankfurt Pavilion, 20.10.2022, 15.30 Uhr

(hb) Diogenes feierte seinen 70. Geburtstag mit einem wunderbaren Gespräch mit Schriftstellerinnen und Schriftstellern, die beim Verlag publizieren. Mit dabei waren acht seiner Autorinnen und Autoren: Shelly Kupferberg, Andrej Kurkow, Donna Leon, Ingrid Noll, Stefanie vor Schulte, Irene Vallejo, Benedict Wells und Solomonica de Winter. Gastgeber war der charismatische Verleger, Künstler und Autor Philipp Keel. Durch die Feier führte Denis Scheck, Moderator und Autor. Die Autorinnen und Autoren sprachen über ihre Bücher und ihre Erfahrungen mit dem Verlag. „Schriftsteller wollen und sollen Leser verführen“, sagte die durch ihre Brunetti-Romane weltberühmte Donna Leon. Irene Vallejo bedankte sich für die Übersetzung ihres Buches „El infinito en un junco. La invención de los libros en el mundo antiguo“ ins Deutsche und kritisierte, dass Übersetzerinnen und Übersetzer häufig „noch im Schatten stehen“. Durch Maria Meinel und Luis Ruby, die ihr Buch ins Deutsche übersetzt hätten – Titel: „Papyrus: Die Geschichte der Welt in Büchern“ – habe sie die Chance bekommen, Spaniens Kreativität zu zeigen. Shelly Kupferberg, Autorin von „Isidor: Ein jüdisches Leben“ bescheinigte Diogenes „ein besonderer, familiärer Verlag“ zu sein, „der seine Autorinnen und Autoren gut begleitet“. Wie Philipp Keel seinen Verlag beschreiben würde, wollte der Moderator wissen. „Wir machen das, was uns gefällt. Das bedeutet nicht immer Erfolg“, erwiderte Keel. Und zu seiner Arbeitsweise sagte er: „Ich mache sehr viel mit dem Bauch und dann mit dem Kopf. Wenn ich es umgekehrt mache, dann falle ich in jedem Fall auf die Schnauze.“
https://www.diogenes.ch/leser/blog.html

Das Rechteck verlassen und Chaos als Chance begreifen

„Kreativität im Zeitalter von Algorithmen“, ein Gespräch zwischen Bernhard Zünkeler und Holger Voland, Frankfurt Studio, 21.10.2022, 10.00 Uhr

(hb) Welche Bedeutung hat menschliche Kreativität für die Gestaltung einer besseren Zukunft? Wie kann kreatives Handeln bewusst entwickelt werden in Zeiten digitaler Welten wie Metaverse und kaum noch überschaubarer Tools, Apps, künstlich intelligenter Algorithmen usf.? Bernhard Zünkeler, Chefkurator und Künstler, Urban Art Lab ESMoA, hat dazu klare Vorstellungen. Über diese tauschte er sich mit dem Vorstandsvorsitzenden der brand eins Medien AG, Holger Volland, auf dem Podium des Frankfurt Studio aus. „Wir leben in einer Zeit, in der kreativer Content – Songs, Videos, Texte, Bilder – sogar von Künstlicher Intelligenz erzeugt werden oder sie können zumindest von KI erzeugt werden und wir müssen uns fragen: Was ist der Wert von menschlicher Kreativität im Zeitalter von Algorithmen, von Apps, von KI“, führte Volland in das Gespräch ein. Hinzu kämen Herausforderungen wie Umweltfragen, soziale Fragen, politische Fra-

+++ MESSESPLITTER +++

Wie wichtig kreatives Handeln gerade jetzt ist und wie man es aktivieren kann, erklärte Bernhard Zünkeler (r.) im Gespräch mit Holger Volland.

gen aus der ganzen Welt, und es habe sich ein allgemeines Gefühl breitgemacht, automatisierte Intelligenz könnte eine der wichtigsten Lösungen für die Probleme sein.
Die Herausforderungen erforderten vor allem eines, so Zünkeler: „unsere geballte Kreativität". „Wir alle haben jetzt die Aufgabe weniger Ressourcen zu verbrauchen, weniger ökologische Fußabdrücke zu hinterlassen und trotzdem mehr zu kreieren." Der promovierte Wirtschaftsjurist, der 12 Jahre lang als Rechtsanwalt mit Schwerpunkt Unternehmensumstrukturierungen tätig war, bevor er sich 2009 hauptberuflich der Kunst zuwandte, ist fest davon überzeugt. Ein Problem sei, dass viele Menschen sich nicht für kreativ hielten und Unternehmen wüssten nicht, wie sie diese Ressource nutzen können. Zünkeler sieht die Antwort auf die Frage, was die Gemeinschaft daran hindert, Kreativität zu entwickeln, um eine bessere Zukunft zu gestalten, in der Trennung von Logik und Emotion. Auch er habe lange Zeit im Bereich der rationalen, logischen Welt gearbeitet, bevor er sich in „die emotionale, wild wachsende künstlerische Welt" begeben hätte. Aber, so der Künstler „Logik und Emotion sind keine Gegensätze. Wir haben beides in uns".
Kreativität könne man trainieren. Zunächst einmal müsse man „die Strukturen und die Muster erkennen, die uns umgeben". Das seien „rechtwinklige Strukturen, die unser Denken und Handeln bestimmen. Das Rechteck ist unsere Komfortzone, da fühlen wir uns sicher", so der Künstler, „aber das Rechteck schränkt uns ein." Die Natur kenne keine Rechtecke. Zünkeler empfahl, immer mal wieder aus der Box herauszutreten. Dann nämlich sei es möglich, Chaos als Chance zu begreifen: „Die Schönheit des Chaos ist die Spontaneität." Der größte Treiber für Kreativität sei Inspiration und Inspiration komme aus Kontemplation, erklärte Zünkeler. „Wenn wir öfter mal die Augen schließen würden und nachdächten, dann könnten wir erkennen, was wirklich wichtig für uns ist. Wir würden auch erkennen, dass wir diese rechtwinkligen Strukturen nicht brauchen."
In seinem „Atlas der Kreativität", der 2023 bei brand eins erscheinen wird, gibt es Landkarten, in denen man Metropolen des kreativen Denkens und Flüsse des innovativen Handelns findet. Über sein Buch sagt der Autor: „Ich gebe Beispiele, an denen Sie sich orientieren und eigene Verbindungen aufbauen können, unabhängig davon, ob Sie Manager Ihres eigenen Lebens sind, sich noch auf dem Weg befinden oder Entscheidungen treffen müssen, bei denen Sie die Kooperation von vielen Menschen brauchen." Die Gesprächsaufzeichnung ist auf der Buchmesse-Webseite verfügbar.
https://www.buchmesse.de/timetable/session/kreativitaet-im-zeitalter-von-algorithmen

Cat Content auf der Buchmesse

Zufallsentdeckung in Halle 6

(vm) Bodleian Library Publishing hat sich auf die Fahnen geschrieben, die Reichtümer der Bestände der 30 Bibliotheken von Oxford, die unter dem Namen Bodleian Libraries das größte Universitätsbibliothekssystem Großbritanniens bilden, „durch eine Reihe von schönen und autoritativen Büchern" Leserinnen und Lesern auf der ganzen Welt näher zu bringen. Pro Jahr veröffentlich der Publikumsverlag etwa 25 Bücher, bisher rund 250 Titel. So kam der Cat Content auf die #fbm22. „Dieses heitere Buch ist eine rasante Reise durch die Geschichte der Katzen in der Literatur, die ihre Domestizierung, die frühen kulturellen Anfänge und religiösen Assoziationen aufdeckt, ihre Rolle in verschiedenen

literarischen Genres erforscht und einige Katzen aus dem wirklichen Leben von Autoren vorstellt", erläutert der Klappentext zu dem bezaubernden Buch „Literary Cats" von Judith Robinson & Scott Pack. Robinson ist Dozentin an der Bath Spa University Business School und Doktorandin der Humbold-Universität Berlin. Scott Pack ist Autor, Herausgeber und Verleger.
https://bodleianshop.co.uk/products/literary-cats

+++ MESSESPLITTER +++

Gemeinschaftlicher Messeauftritt von sechs Hochschulen mit buchnahen Studiengängen

Studium rund ums Buch

Buchaffine Studiengänge, Halle 4.0/E87

(vm) Sechs deutsche Hochschulen mit buchnahen Studiengängen präsentieren seit vielen Jahren ihre Bildungsangebote auf der Frankfurter Buchmesse. An dem Auftritt beteiligen sich die FAU Erlangen-Nürnberg, die Uni Leipzig, die HTWK Leipzig, die JGU Mainz, die LMU München und die HdM Stuttgart. Im Vortragsbereich des Azubistro der Börsenvereinsgruppe direkt neben dem Ausstellungsareal konnten die Hochschulen in zahlreichen Vorträgen über ihre Studiengänge, die Studieninhalte und die Berufsmöglichkeiten informieren.

Organisiert und vor Ort betreut wird der Messeauftritt von den Studierenden. Nach zwei Jahren pandemiebedingter Pause freuten sich alle sehr darauf. „Together – a new chapter“ wählte der Studiengang Mediapublishing der HdM als Motto für seinen diesjährigen Auftritt und begründete: „Endlich sind die Zeiten von digitalen Live-Streams und abgesagten Veranstaltungen vorbei, endlich wieder #together: #GetTogether, #CreateTogether, #StudyTogether und #GrowTogether.

15 Jahre FaMI-Stand auf der Frankfurter Buchmesse

Karin Holste-Flinsbach, Stauffenbergschule, Frankfurt/Main berichtet

Alles begann zunächst sehr theoretisch. Um auszubildenden Fachangestellten für Medien- und Informationsdienste (FaMI) aus Hessen und Teilen von Rheinland-Pfalz Marketingkonzepte näher zu bringen, sollte dies exemplarisch anhand des Arbeitsauftrages, einen Messestand zu konzipieren, erfolgen. Eine reale Umsetzung war nicht angestrebt und erschien auch höchst unwahrscheinlich.

Nun sind es bereits 15 Jahre, seit die ersten an der Stauffenbergschule in Frankfurt am Main beschulten auszubildenden FaMI im dritten Ausbildungsjahr das Marketingprojekt „Buchmessestand“ mit sehr hoher, teils ausschließlicher Eigenverantwortlichkeit durchführen. Hauptziel des Messeauftritts ist die Information des (Fach-) Publikums über das Berufsbild.

Dem Start 2007 vorangegangen war ein Angebot seitens der Frankfurter Buchmesse, einen kostenfreien Stand für die FaMI-Nachwuchskräfte zur Verfügung zu stellen. Das war der Beginn der Kooperation, die bis heute hält.

In all den Jahren ist der grundsätzliche Ablauf beim Buchmesseprojekt gleichgeblieben: So beginnen die Vorbereitungen für das klassenübergreifende Projekt jeweils im Frühjahr vor der Messe mit der oftmals nicht einfachen Wahl des Mottos für den Stand. Das jeweilige Motto bestimmt das Design des Standes, der Publikationen und Werbemittel.

In Gruppen – zusammengeführt durch Koordinationssitzungen – beginnt dann vor den Sommerferien die eigentliche Projektarbeit, Organisatorisches wie die Erstellung des Dienstplans eingeschlossen. So gilt es zunächst den Stand zu gestalten, da seitens der Messe ausschließlich Mobiliar und technische Ausstattung gestellt wird.

Womit wir beim Thema Geld angekommen wären. Ohne Eigenmittel werden Sponsoren für die Deckung sämtlicher Kosten benötigt, etwa für Druckkosten für Plakate, Flyer, die Finanzierung von Dekoartikeln, T-Shirts etc. Keine einfache Aufgabe, die zudem auch pandemiebedingt eher schwieriger geworden ist. Umso bemerkenswerter die kreative und oftmals höchst originelle Standgestaltung, zumeist von den Nachwuchskräften komplett in Eigenarbeit erstellt. In den 15 Jahren reichte sie von Unterwasserlandschaften bis zu einem mit Gummibärchen gefüllten Pappmaché-Vulkan, damals inspiriert durch das Buchmesse-Gastland Island. Den Auftritt 2008, Aktenzeichen F.A.M.I., illustrierten die Auszubildenden mit blutroten Fußabdrücken, die zum Stand führten – und vorher mit öffentlichen Verkehrsmitteln quer durch die Stadt transportiert werden mussten.

Der FaMI-Stand bietet bei durchgängiger Besetzung an allen Messetagen persönliche und schriftliche Informationen rund um den Beruf, zu Klischees über Bibliotheksmenschen und zu tatsächlichen Tätigkeiten, über die Berufsgeschichte, zum Verbleib von FaMIs, zu Ausbildung und Ausbildungsvergütung. Manchmal gab es sogar FaMI-Informationsfilme, u.a. ein FaMI-Krimi, der unterhaltsam in die unterschiedlichen Fachrichtungen einführte. Power-Point-Präsentationen und Dia-Shows ergänzten den Messeauftritt. Preisrätsel, Glücksräder und Gewinnspiele wie ein Coverraten bekannter Titel aus Belletristik und Sachbuch mit kleinen Give aways für das Laufpublikum lockerten das Ganze auf.

Der Messestand der FaMI hat sich im Laufe der Jahre nicht nur als Infobörse für Interessierte bewährt, sondern sich auch zu einem gut nachgefragten Treffpunkt entwickelt, genutzt von Auszubildenden, im Beruf stehenden FaMI sowie

+++ MESSESPLITTER +++

Ausbilderinnen und Ausbildern zum Austausch und Gesprächen mit Kolleginnen und Kollegen.
Durch die pandemiebedingte Absage der Buchmesse 2020 und die kleinere, hybride Version der Messe im Folgejahr gab es zwei Jahre lang keinen FaMI-Buchmessestand. 2021 stellten die Klassen alternativ in der Zentralbibliothek der Stadtbücherei Frankfurt am Main sowie im Aufenthaltsraum der Stauffenbergschule an personell besetzten Ständen ihren Beruf vor. 2022 konnte es endlich wieder richtig los gehen. Diesmal in einer anderen Halle, der 4.0, neben dem buchhändlerischen Azubistro und den Studienanbietern rund ums Buch – ein vorteilhafter Hallenwechsel, wie sich herausstellte, in eine stärker besuchte Halle und neben anderen Nachwuchsinitiativen.

Die kreativen Mottos der FaMI-Buchmesseauftritte
2007 We love to inform you
2008 Aktenzeichen F.A.M.I.
2009 Findet FAMI
2010 Suchst Du noch oder findest Du schon?
2011 There's no better way to search
2012 Super FAMIs
2013 Irgendwas mit Medien
2014 FaMI – Mehr als nur 4 Buchstaben
2015 FaMI – Bären suchen hier und da und überall
2016 FaMI – Jäger des verlorenen Buches
2017 Fantastische Medien und wo sie zu finden sind
2018 FaMIs im Wunderland
2019 FaMI – Herr der Medien
2022 Thesaurus ist kein Dino

Verstärkte Werbung für 2022

Nach der zweijährigen Pause musste zunächst die Werbung für den Messeauftritt intensiviert werden. Sie erfolgte nach wie vor über klassische Distributionswege, durch Plakate, Flyer sowie persönliche Einladungen an Personen des Ausbildungsgeschehens, aber auch verstärkt über soziale Netzwerke, überwiegend Instagram. Kurze Reels und „Work-in-progress"-Bilder, zum Beispiel von der Entstehung der Fotowand, der Messezeitung sowie dem Standaufbau wurden geteilt. Der Erfolg stellte sich ein. Die Besucherinnen und Besucher kamen, erwartungsgemäß auch viele Bibliothekskollegen und -kolleginnen und es gab viele anregende Gespräche.

Das von einer Auszubildenden gezeichnete und zum Motto entwickelte Maskottchen Theo Thesaurus, ein kleiner orange-farbiger Dino, wurde vielfältig eingesetzt. Er fand sich sowohl in der FaMI-Zeitung als Dino-Zeichenanleitung, als auch – storytelling mäßig umgesetzt – mit Lars dem Brachiosaurus und Anny der Flugsaurierin (neben Interviews und Reportagen über Bibliothekspraktika in Island und im documenta-Archiv) sowie auf selbst hergestellten Buttons. Das Angebot des Fotoshootings vor der Fotowand mit Dino (siehe Foto) nahmen viele Messebesucherinnen und -besucher an, vor allem dann, wenn Freiwillige dort im Dinokostüm auftraten. Der Dinosaurier zog sogar mehr Aufmerksamkeit auf sich als das erfolgreiche weiße Kaninchenkostüm aus dem Jahr 2018, damals angelehnt an Alice im Wunderland.
Im Rückblick ist festzustellen, dass die Organisation des Messeauftritts mit seinen Unwägbarkeiten über die Jahre nicht zum Selbstläufer geworden ist – anstelle alter „Fehler" und Flops wie der versehentlichen Entsorgung aller Materialien in den Sommerferien 2010 – gab und gibt es immer wieder neue Herausforderungen während der Vorbereitungsphase und der Messezeit, wie Zeitdruck, teils just in time zu lösende Organisationsprobleme, vereinzelt entstehende Freistellungsprobleme für den Messedienst während der hessischen Herbstferien usw.
Und doch, es lohnt sich immer wieder. Sowohl für die Standbesucherinnen und -besucher als auch für die Auszubildenden durch die intensive Beschäftigung mit dem eigenen Beruf, die Möglichkeiten der kreativen Umsetzung von Gestaltungsideen und insbesondere durch die Praxiserfahrung bei der Durchführung eines Messestandes.