

WILLS WILLI WIRKLICH WISSEN?

Wissen ist Trumpf auf dem Sachbuchmarkt. Wissen ist das Versprechen, dass die Verlage mit ihren Sachbüchern und Sachbuchreihen verknüpfen, und mit dem Label "Wissen" wird ganz klar ein Ziel der Lektüre formuliert: Wissenserwerb. Selbstverständlich kann man aus Sachbüchern lernen und sein Wissen erweitern. In den Hintergrund gedrängt wird aber das zweckfreie Lesen, Blättern, Schauen, Entdecken; die Annäherung an einen Gegenstand durch eine ungesteuerte, spielerische Lektüre. VON JOCHEN WEBER*

Informationen sind lebenswichtig für unsere globalisierte, beschleunigte Welt und Grundlage der sogenannten Wissensgesellschaft. Eine Herausforderung besteht darin, mit der Flut von Informationen fertig zu werden, die produziert, angeboten und kommuniziert werden. Angesichts der Datenmengen sind bei vielen Menschen eine gewisse Hilflosigkeit und Überforderung zu beobachten. Daraus resultiert der weit verbreitete Wunsch nach Orientierung. Im deutschsprachigen Raum wird seit dem sogenannten PISA-Schock viel über Bildungsfragen debattiert. Die Suche nach Rezepten für eine bessere Bildung und Ausbildung der jungen Generation ist jedoch von einer starken Unsicherheit geprägt, die wiederum einen guten Nährboden für eine Renaissance der Begriffe "Wissens-" beziehungsweise "Bildungskanon" und "Allgemeinbildung" bietet.

Wunsch nach Orientierung

Wissen und Bildung sind entscheidende Kriterien für Anerkennung und sozialen Erfolg. Stärker als früher dient Bildung als soziales Unterscheidungsmerkmal und Trennlinie. Eltern haben heute mehr Mitsprache bei der Erziehung und Bildung ihrer Kinder, allerdings auch mehr Verantwortung. Von diesen Aufgaben fühlen sich viele überfordert. Aus der Sorge, Fehler zu machen, erwächst der Wunsch nach Orientierung, festen Vorgaben, einem Curriculum des Wissens. Bildung wird immer stärker unter ökonomischen Gesichtspunkten gesehen und ist, so betrachtet, weniger ein langjähriger oder sogar lebenslanger intellektueller, emotionaler und sozialer Entwicklungsprozess, sondern ein systematisch planbarer Wissenserwerb. In Bildung wird investiert. Bildung kann man kaufen.

Kinder- und Jugendbuchverlage sind Teil dieser Bildungsindustrie. Auf diesem Markt müssen sie sich allerdings immer

stärker gegen die elektronischen Medien behaupten. Ein wichtiger Vorteil, den Bücher zurzeit noch haben, liegt darin, dass die heutige Elterngeneration noch immer eine enge Bindung an das Medium Buch hat. Büchern, besonders auch Sachbüchern, wird weiterhin eine wichtige Bildungsfunktion zugeschrieben. Das ist möglicherweise auch der Grund dafür, dass trotz der Konkurrenz elektronischer Medien die Kinder- und Jugendliteratur innerhalb der Buchbranche vergleichsweise gut dasteht und dass sich der Anteil der Sachliteratur an der Gesamtzahl der verkauften Titel in den letzten Jahre stabil auf einem recht hohen Niveau bewegt. Die Kinder- und Jugendsachliteratur hat vor allem auch in der öffentlichen Wahrnehmung an Bedeutung gewonnen. Ein entscheidender Punkt für den Erfolg ist jedoch auch, dass es bei der Kinder- und Jugendliteratur eine krasse Divergenz zwischen den AdressatInnen und den KäuferInnen gibt.

Die Ergebnisse einer Studie des Börsenvereins des Deutschen Buchhandels aus dem vergangenen Jahr sprechen eine deutliche Sprache. Demnach gehören nur 7,9 Prozent der KäuferInnen von Kinder- und Jugendliteratur zur Altersgruppe der Zehn- bis Neunzehnjährigen, Kinder unter zehn Jahren wurden gar nicht erfasst, weil in dieser Altersgruppe praktisch keine KäuferInnen zu finden sind. Auch wenn man berücksichtigt, dass es Kinder gibt, die auf die Kaufentscheidung der Erwachsenen Einfluss nehmen, ist anzunehmen, dass die Erwartungen und Vorstellungen der erwachsenen KäuferInnen entscheidend sind. Erwartungen und Verkaufszahlen beeinflussen wiederum die Planungen und Programmentscheidungen der Kinder- und Jugendbuchverlage.

Tiere, Technik, Naturwissenschaft

Es fällt auf, dass seit Jahren die gleichen Themen die Spitzenpositionen einnehmen. Tiere, Naturwissenschaften, Technik – diese Themenfelder, die in unserer naturwissenschaftlich-technisch geprägten Zeit im Rampenlicht stehen, sind in den Sachbuchprogrammen besonders stark vertreten. Dazu

*JOCHEN WEBER ist Leiter der Lektorate der Internationalen Jugendbibliothek München.



AUS: ANNE MÖLLER, ZEHN BLÄTTER FLIEGEN DAVON © ATLANTIS 2008

kommt Geschichte. Aber auch hier überwiegen etablierte, "klassische" Themen wie ägyptische, griechische oder römische Geschichte, das Mittelalter und – ein deutsches Spezifikum – der Nationalsozialismus und die deutsch-jüdische Geschichte. Zeitgeschichtliches ist hingegen Mangelware. Insgesamt lässt sich eine deutliche Verengung auf das Bekannte, Bewährte erkennen. Ein weiterer Bereich befindet sich seit einiger Zeit im Aufwind: Bücher über Religion, Philosophie und ethische Fragen. Auch sie passen gut in eine Zeit, in der das Bedürfnis nach Orientierung wächst.

Erfolgreiche Reihenkonzepte

Der Sachbuchmarkt ist in den vergangenen Jahren in mancher Hinsicht vielfältiger geworden. Es gilt aber auch: Reihentitel verkaufen sich unverändert hervorragend, zum Beispiel "Wieso? Weshalb? Warum?" (Ravensburger), "Sehen, Staunen, Wissen" (Gerstenberg), "Meyers kleine Kinderbibliothek" (Bibliographisches Institut) und, nicht zu vergessen, "Was ist Was" (Tessloff). In den Reihenprogrammen dominieren die genannten Topthemen. Die Erklärung ist einfach: Reihen sind wie Marken und haben den Bonus der Wiedererkennbarkeit. Sie signalisieren Kompetenz, wirken vertrauenerweckend, verlässlich, versprechen Orientierung und bleiben deshalb beim Bewährten. Statt ihren Erfolg zu nutzen, um öfter Neues zu wagen und das Spektrum zu erweitern, gilt bei vielen Verlagen auch hier die Devise: "Keine Experimente!"

Da Kinder immer mehr Zeit im häuslichen Bereich verbringen, ordnen und gestalten Eltern die Freizeit ihrer Kinder stärker als früher. Da sie sich zunehmend für die Bildung ihrer Kinder verantwortlich fühlen, wird Freizeit zunehmend "sinnvoll" verbracht. Für eine solchermaßen strukturierte Freizeit werden zahllose Hilfsmittel angeboten. So macht einen nicht unerheblichen Teil des Non-Fiction-Angebots für Kinder der boomende sogenannte Nachmittagsmarkt aus. Dieser umfasst neben CD-ROMS, Lernspielen und ähnlichen Materialien auch Bücher, die Kindern helfen sollen, den Schulstoff zu trainieren. Es fällt auf, dass sich auf diesem wachsenden Markt inzwischen nicht mehr nur Schulbuchverlage tummeln, sondern auch bekannte Namen aus dem Kinderbuchbereich wie Arena, Tessloff, Kosmos, Ravensburger, Oetinger oder Loewe. Die Grenzen verschwimmen mit der Folge, dass

Wissen als Erlebnis: In ihrem neuen Sachbilderbuch erzählt Anne Möller in Bildern von der langen Reise der Herbstblätter (Rezension S. 22).

die für die Produkte des Nachmittagsmarktes charakteristische Zweckgebundenheit zunehmend auch für Sachbücher gilt.

Orientierung und Kompetenz verspricht auch die wachsende Zahl sogenannter Medienverbundtitel, also Sachbücher, die aus der Kooperation mit anderen Medien entstehen. Beispiele aus der aktuellen Sachbuchproduktion sind die Reihen "Frag doch mal ... die Maus!" (cbj ab 2006), "Willi wills wissen" (Baumhaus Verlag 2006), "Logo! Das Nachrichtenlexikon" (Fischer Schatzinsel 2006) oder "Die Tagesschau erklärt die Welt" (Rowohlt Berlin 2006). Die Sachbücher profitieren von Popularität und Renommee der anderen Medien, die den Charakter von gut eingeführten Markenprodukten haben. Mit den Namen verbindet man (Bildungs-)Kompetenz, Qualität und die Erwartung, Inhalte vermittelt zu bekommen, die wirklich wichtig sind.

Was wollen Jugendliche wissen?

Robert Elstner, Stadtbibliothekar in Leipzig, vertrat vor ein paar Jahren auf einer Tagung des deutschen Arbeitskreises für Jugendliteratur die These, es würden hauptsächlich Sachbücher verlegt, von denen Erwachsene meinten, dass Jugendliche sie lesen sollten – etwa Bücher über das antike Griechenland, Technik, Kunstgeschichte oder Philosophie. Jugendliche würden solche Themen jedoch mehr oder weniger ignorieren und Themen vorziehen, die Erwachsene als Idealektüre für Jugendliche ungeeignet hielten. Sehr beliebt seien Bücher, die sich mit berühmten Selbstmördern, Fernseh-Soaps oder ange-

sagten Musikrichtungen befassten. Derartige Titel seien jedoch bei den Jugendsachbuchverlagen nicht zu finden, weil diese die Interessen der meist erwachsenen Käufer bedienten und damit an den Interessen der Zielgruppe vorbeiproduzierten. Solche Themenangebote fehlen tatsächlich. Kinder und Jugendliche mögen gelegentlich eigenwillige Vorlieben entwickeln und diesen mit einer bewundernswerten Ausdauer nachgehen. Und genauso schnell können sie ihre Interessen wieder ändern. Man sollte nicht versuchen, sie davon abzuhalten und sie einzuschränken. Kinder brauchen unterschiedlichste Anregungen. Was also tut not auf dem Sachbuchmarkt? Eine möglichst grosse Bandbreite und keine Beschränkung auf einige ständig wiederkehrende Themen. Nicht nur die altbekannten Top Ten wie Ritter oder Vulkane, von denen wir glauben, dass junge Menschen sich dafür interessieren oder interessieren sollten. Weniger Kanon. Mehr Vielfalt.

Originalität ist gefordert

Gemäss der Börsenvereinsstudie wollen Kinder und Jugendliche spannende und unterhaltsame Bücher zu Themen, die sie interessieren. Dies gilt sowohl für fiktionale als auch für nichtfiktionale Literatur. Worum es ihnen sicher nicht geht, sind die Argumente Wissen und Bildung. Mit Bildungsversprechen wird man sie nicht hinter dem Ofen hervorlocken. Bücher, auf denen "Das musst du wissen" steht, nehmen Kinder und Jugendliche vermutlich nur mit spitzen Fingern in die Hand. Wenn junge Menschen etwas wissen wollen, besteht die Chance, dass sie Sachbücher lesen. Wenn sie etwas wissen sollen, garantiert nicht.

Sachbücher können dem Wissenserwerb dienen. Das steht ausser Frage. Eines darf aber nicht vergessen werden: In Sachbüchern geht es nicht nur um "Sachen" und um Faktenwissen. Sachbücher sind Literatur, keine Gebrauchsliteratur. Die Verlage sollten gerade diesen Aspekt betonen und sich auf die Stärken, Qualitäten und Möglichkeiten des Mediums Sachbuch besinnen.

Zwei Aspekte sind dabei besonders wichtig, gerade weil sie nicht dem Prinzip der Funktionalität folgen: Originalität und literarästhetische Qualität. Mit Originalität meine ich die ungewöhnliche, überraschende Annäherung und Darstellung eines Themas, aber auch: Nischen besetzen, Themen abseits

der bekannten Pfade finden oder unerwartete Verbindungen zwischen Themen herstellen.

Was bedeutet literarästhetische Qualität? Literarische Kriterien wie sie für die erzählende Literatur gelten. Dazu zählen nicht nur die sprachliche Ebene, sondern auch visuelle Elemente wie Illustrationen oder Fotos. Im Idealfall bringen Sachbücher nicht nur einen Erkenntnisgewinn, sondern "verführen" zugleich die LeserInnen dank ihrer literarischen Qualität.

Ein Medium zwangloser Bildung

Sowohl die Debatten um Begriffe wie Wissensgesellschaft und Erziehung als auch die Tendenz zu einer Ökonomisierung und Privatisierung von Bildung bergen die Gefahr, dass die Kinder- und Jugendsachliteratur – zumindest grössere Teile des Angebots – in stärkerem Masse von den ProduzentInnen und den erwachsenen KäuferInnen instrumentalisiert und auf eine pädagogische Funktion verengt wird. Was dabei unter die Räder zu geraten droht, ist der ureigene Charakter von Sachliteratur. Sachliteratur vermittelt Wissen auf eine populäre Weise und folgt im Gegensatz zum Beispiel zu Schul- oder Lehrbüchern keinen festgeschriebenen Curricula. Weil Sachliteratur ein Medium zwangloser Bildung ist, sind Sachbücher an kein bestimmtes Ziel gebunden und damit eine individuelle, freiwillige Lektüre. Sie sollen nicht reproduzierbares Wissen vorkauen, sondern möglichst neue, unterschiedliche Reize und Anregungen bieten, mit denen die LeserInnen sich aktiv und kreativ auseinandersetzen können. Nur so entsteht das für eine Wissensgesellschaft notwendige Wissen.

LITERATUR

Branchen-Monitor BUCH

Der Markt der Kinder- und Jugendbücher in Deutschland, hrsg. vom Börsenverein des Deutschen Buchhandels.

Frankfurt am Main: Börsenverein des Deutschen Buchhandels 2008
www.mvb-online.de/sixcms/media.php/976/Trendbericht%20Kinder-%20und%20Jugendbuch%202008.pdf

ROBERT ELSTNER

Kunstprodukt und Aufklärungshilfe: Jugendsachbücher in der

Bibliothek. In: *JuLit* 28 (2002) Heft 2, S. 28 – 32