



KOMMENTAR

ES LEBE DAS BUCH

Totgesagte leben länger. Wer für das Buch, speziell das gedruckte, schon das Sterbeglöckchen läuten wollte, sieht sich getäuscht. Was schon ein Gang über die Frankfurter Buchmesse mit einer fast ungeahnten Vielfalt an Verlagen und Themen, aber auch immer neuen Möglichkeiten im Bereich der (nicht nur digitalen) Erstellung und Gestaltung, nahelegt, belegen die Fakten: 2012 kamen fast 80.000 Bücher neu auf den Markt, der Umsatz auf dem deutschen Buchmarkt ging 2012 gegenüber 2011 nur leicht zurück (bei jetzt 9,5 Milliarden Euro um 0,8 Prozent), wobei der Anteil bei den E-Books weit unter 10 Prozent liegt. „Das gedruckte Buch darf man keinesfalls zu schnell abschreiben“, so oder ähnlich ist überall zu hören. Ein Grund zur Freude.

Klar, die Zahl der Leserinnen und Leser, die ein E-Book nutzen wollen, wird weiter zunehmen: Ein digitales Buch ist eben bei manchen Gelegenheiten praktischer – etwa bei der Nutzung auf Reisen; auf engstem Raum lässt sich hier viel an Text und Bild transportieren. Schrift, Schriftgröße,

Helligkeit und Layout sind nach Belieben einzustellen; der Student kann seine Fachliteratur, geschickt aufbereitet, bequem an den unterschiedlichsten Orten nutzen.

Doch all diese unbestreitbaren Vorteile können das gedruckte Erzeugnis nicht verdrängen – getreu der alten Regel, dass ein neues Kommunikationsmittel die vorhandenen nur ergänzt. Menschen wünschen eben das „haptische“ Erlebnis, wollen das gedruckte Buch anfassen, darin umblättern, ja auch riechen und in den Bücherschrank stellen: So ist es immer noch ein ideales Geschenk.

Zum Bücherkauf gehörte früher die Buchhandlung – für viele Menschen auch heute noch. Immerhin die Hälfte aller Bücher werden in Deutschland noch stets über (6000) Buchverkaufsstellen an den Mann/die Frau gebracht, Orte, die zum kulturellen und optischen Reichtum der Städte beitragen. Beratung, Übersichtlichkeit, Atmosphäre – es gibt viele Gründe, eine Buchhandlung gegenüber dem Online-Kauf oder der Verlagsbestellung vorzuziehen. Nicht zuletzt auch neue Angebote: die

Begegnung mit Autoren, Möglichkeiten, ein Buch in Ruhe anzusehen, Austausch mit Gleichgesinnten. Chancen, die auch katholische Buchhandlungen noch intensiver nutzen können.

Apropos katholisch: Es ist angesichts nachlassender Kirchlichkeit kein Wunder, dass das religiöse Buch im engeren Sinne – also mit Bezug zur Kirche – Leserinnen und Leser verliert; pro Jahr geht die Auflage – so schätzen Insider – um ca. fünf Prozent zurück. Auch wenn sich durch den Vertrieb des neuen Gotteslob bei vielen katholischen Verlagen ein kurzfristiger Trendstopp ergeben sollte, das Problem bleibt. So müssen die Verlage den Begriff „Religion“ weiter fassen, auf Spirituelles, Lebenshilfe ausweichen – häufig mit wirtschaftlichem Erfolg, wobei die Verlagsgruppe Weltbild einen Sonderfall darstellt (siehe Seiten 1 und 8).

Es lebe das Buch: Gerade Journalisten mit Fachkenntnissen – selbst im kirchlichen Bereich – sollten keine Angst vor diesem Medium haben. Wer die entsprechenden Verlage besucht, erfährt da unerwartete Ermutigung.

Ernst Schlögel

**Alle früheren Vorstandskommentare finden Sie im Internet unter:
www.gkp.de/mitglieder/kommentare**