

Störiko-Blume, Ulrich: Kinder- und Jugendbuchverlage: Macher, Märkte, Medien

Im Bereich der Publikumsverlage sind Kinder- und Jugendbuchverlage die zweitwichtigste Marktgruppe. Laut *Buch und Buchhandel in Zahlen 2019* erwirtschafteten sie 17,2 % Umsatzanteile am deutschen Buchmarkt. Somit sind Kinder- und Jugendbuchverlage ein zentraler ökonomischer Bestandteil des Buchmarktes. Die kulturelle Bedeutung von Kinder- und Jugendbüchern ist zugleich nicht hoch genug einzuordnen. Somit sollte auch in der buch- und medienwissenschaftlichen Ausbildung auf die Besonderheiten von Kinder- und Jugendbuchverlagen eingegangen werden. In der Reihe *BRAMANN Basics – buch & medien* ist nun von Ulrich Störiko-Blume eine Abhandlung erschienen. *Kinder- und Jugendbuchverlage – Macher, Märkte, Medien* ist dabei vor allem wegen der vielen praxisnahen Einblicke eine Bereicherung.

Inhalt

Kinder- und Jugendbücher haben vermutlich alle, die Buch- oder Medienwissenschaften studieren, geprägt. Doch wer kennt sich von den Studierenden wirklich mit den Besonderheiten von Kinder- und Jugendbuchverlagen aus? Gerade weil es sehr gefragte Studieninhalte sind, ist es sehr begrüßenswert, dass nun ein aktuelles Einstiegsbuch vorliegt. Es gliedert sich in die sechs inhaltlichen Kapitel:

1. "Einführung": In diesem Kapitel wird sehr grundlegend in Kinder- und Jugendmedien allgemein eingeleitet.
2. "Typen von Kinder- und Jugendbuchverlagen und ihre Marktbedeutung": Das zweite Kapitel führt in Zahlen und Strukturen von Kinder- und Jugendbuchverlagen ein, behandelt den Vertrieb näher und die Aufmerksamkeitsgenerierung für Kinder- und Jugendbuchmedien. Abschließend werden verschiedene Verlagsformen von Print-on-Demand über Self-Publishing bis zu Hybrid-Formen aufgegriffen.
3. "Wie ein Programm entsteht": Hier erfahren die Leserinnen und Leser, wie Titel ausgewählt werden, was ein Portfolio eines Verlages ist und welche unterschiedlichen verlagsinternen Bezeichnungen es gibt - Spitzentitel, Midlist und Pusstitel werden vorgestellt. Auch die Besonderheit der Backlist wird aufgegriffen.
4. "Macher und ihre Motive": Die unterschiedlichen Abteilungen im Verlag und die Anforderungen der Beschäftigten für die Aufgaben stehen im vierten Kapitel im Fokus.
5. "Die Beziehung Autor/Verlag": Das Kapitel geht auf die Beziehung sowohl im literarischen- als auch im Sachbuchbereich ein. Störiko-Blume führt hier die Agenturen ein und stellt die Wichtigkeit der Autorin bzw. des Autors als Promoterin bzw. Promoter ihres/ seines Schaffens dar.
6. "Das Zusammenwirken der Verlagsfunktionen": Hier geht es um betriebsinterne Abläufe und Kalkulationen sowie die konkreten Anforderungen an die Mitarbeitenden. Ebenso wird auch das Thema freie Mitarbeit und Geschlechterverteilung in Kinder- und Jugendbuchverlagen angesprochen.

Abgerundet wird das Buch durch einen Ausblick sowie einen Anhang. Erkennbar ist bei den Inhalten die Fokussierung auf praxisnahe, zum Teil sogar reale Beispiele, wie etwa bei der Programmfindung, Kriterien für gute Geschichten oder die Buchkalkulation.

Kritik

Kinder- und Jugendbuchverlage startet nicht etwa mit einer historischen Entstehungsgeschichte von Kinder- und Jugendbuchverlagen oder einer Einführung in das Marktsegment Kinder- und Jugendbuchverlage – wie eigentlich nahe liegend wäre – sondern mit allgemeinen Grundlagen zur Besonderheit von Kinder- und Jugendmedien. Besonderheiten von Kinder- und Jugendbüchern anzureißen, ist ganz sicher unabdingbar. Allerdings führt die Einführung mit Abhandlungen zu "warum Kinder Bücher brauchen" oder Studien zum Leseverhalten bis hin zu Werten des gedruckten Buches zu weit fort vom eigentlichen Thema: den Kinder- und Jugendbuchverlagen selbst. Diese Ausschweifung erwartet man unter dem Titel nicht in der Ausführlichkeit, schon recht nicht am Beginn.

Im zweiten Kapitel "Typen von Kinder- und Jugendbuchverlagen und ihre Marktbedeutung" wird dann aber doch der Blick auf die Kinder- und Jugendbuchverlage geworfen. Dabei versucht Störiko-Blume Typen von Kinder- und Jugendbuchverlagen herauszuarbeiten. Es wäre allerdings wünschenswert gewesen, wenn die eigentliche Typologie deutlich fundierter herausgearbeitet wurden wäre und nach Diskussion der Schwierigkeiten einer Typologie mit dieser einheitlich gearbeitet wurden wäre. Fast schon beiläufig führt Störiko-Blume die Untergliederung in Bilderbuch, Kinderbuch und Jugendbuch ein. Lediglich in einer folgenden Abbildung zur typischen Struktur von Kinder- und Jugendbuchabteilungen einer Buchhandlung geht er die Thematik etwas ausführlicher an – wobei hier eine Abweichung zu den vorangegangenen pragmatischen Begriffen auffällt. Er unterteilt dort nämlich in Kinderbuch, Jugendbuch und All Age. Die Kinder- und Jugendsachbücher werden darunter verordnet und nicht eigens aufgeführt – wobei sie in Verlagen zum Teil eigene Lektorate und Vorschauen umfassen. Auch im Unterkapitel "Zahl und Struktur der Kinder- und Jugendbuchverlage" hätte man eine Aufnahme der Dreigliederung erwartet – sofern aufgrund der Datenlage möglich. Vertrieb und Marketing in diesem Kapitel abzuhandeln, ist nicht ganz einleuchtend, vor allem weil auch die Marktbedeutung nicht zufriedenstellend genug erarbeitet wird. Auch das Unterkapitel zu den alternativen Verlagsformen fällt etwas aus dem Rahmen. Es wäre bei der Typologie besser eingebunden.

Nach den zwei ersten zwei weniger stringent wirkenden einführenden und theoretisch veranlagten Kapiteln, merkt man ganz und gar, wo Störiko-Blume seinen Schwerpunkt hat: In der Praxis. Davon profitiert das Buch und überzeugt ab Kapitel 3. Denn sehr anschaulich und dennoch profund berichtet er im dritten Kapitel über die Entstehung eines Programms. Gerade durch die Kombination von Wissensvermittlung und Beispielen ist es für alle, die im Kinder- Jugendbuchbereich eine Ausbildung, ein Praktikum oder Volontariat machen wollen oder in den Beruf einsteigen, ein Gewinn. Auch eignen sich die Kapitel 3-6 ideal für die Einbindung in die Lehre selbst. Konkrete Beispiele wie die Programmplanung, Einblicke in Umsatzkalkulationen von Neuheiten und Backlist oder Kalkulationen veranschaulichen das sonst eher in der Theorie vermittelte Wissen und werden dem Ziel der Reihe damit absolut gerecht. Die Studierenden erhalten ein gutes Einstiegswissen über die verschiedenen Beteiligten im Verlag und ihre Aufgaben.

Fazit

Ulrich Störiko-Blume ist seit 45 Jahren im Kinder- und Jugendbuchbereich tätig. Nach Stationen bei *Ravensburger*, *Franz Schneider*, *arsEdition*, *C. Bertelsmann*, *Beltz & Gelberg*, *Boje* und *Hanser* ist er seit 2015 als Agent tätig. Als ein Kenner der Materie kann man ihn auf jeden Fall bezeichnen. Genau davon profitiert das Lehrbuch. Praxisnahes Wissen ist gerade in den Kapiteln zu den Einblicken in die Programmarbeit, die Autor/Verlagsbeziehung und das Zusammenwirken der Verlagsfunktionen sehr gewinnbringend – vorweg etwa bei genauen Beispielen zu Programmplanungen, Risiken und Buchkalkulation. Wünschenswert wäre lediglich eine stärker wissenschaftlich fundierte Einführung in den Kern der Materie und die Typologie von Kinder- und Jugendbuchverlagen zu Beginn gewesen.

Quelle: Elisabeth Böker: Kinder- und Jugendbuchverlage: Macher, Märkte, Medien. In: *KinderundJugendmedien.de*. Erstveröffentlichung: 15.10.2021. (Zuletzt aktualisiert am: 09.12.2021). URL: <https://www.kinderundjugendmedien.de/kritik/fachbuecher/5728-stoeriko-ulrich-kinder-und-jugendbuchverlage-macher-maerkte-medien>. Zugriffsdatum: 23.04.2024.